1 2 3 4 5 6 7 8 9

ا ي ج و ل و ن ك ت

دراسات في الإعلام

تكنولوجيا الاتصال والثقافة

(بين النظرية والتطبيق)

د. عبدالفتاح عبدالنبى

العربي للنشر والتوزيع

1 2 3 4 5 6 7 8 9

تكنولوجيا الاتصال والثقافة

بين النظرية والتطبيق

دكتور

عبد الفتاح ابراهيم عبد النبى

العربى
للنشر والتوزيع

بسم الله الرحمن الرحيم

مقدمة

مما لا شك فيه ، اننا نعيش عصر الاتصـــال ، وهذا العصر يتميز بتطور هائل فى التكنولوجيا وبتفجر المعلومات وتدفقها بصورة لم يألفها او يكن يحلم بها الجنس البشرى من قبل . فالثورة الاتصـــالية التى يشهدها عالم اليوم تنطوى على امكانيات غير محددة لتعاظم وتوالد المعرفة والمعلومات والاسراع فى نشرها وتداولها ، وفى طرح تأثيراتها الثقافية فى صورة ملحة . وقد لا يجد الفرد فى المجتمع مهربا او ملاذا ليحمى ذاتيته فى وجه تلك التأثيرات المتتالية والمتعاظمة . ومن الصعوبة بمكان تصـــور انســـان حقبة التسعينيات يعيش فى عالم اليوم دون ان يتأثر بدرجة او بأخرى بتقنيات الاتصـــال الحديثة .

ومع هـــذه الثورة الاتصالية ، والتى قاربت ذروتها مؤخرا من خلال البث التليفزيونى المباشر والوشيك عبر الأقمـــار الصـــناعية وتزايد المخـــاوف من التأثيرات الثقافية لهذا التطور التكنولوجى على المجتمعات المحلية ، اعيد طرح قضية العلاقة بين الاتصال والثقافة ، وتزايد الاهتمام بهذه القضية مؤخرا ، سواء على صفحات الصحف والمجلات المتخصصة ، او من خـــلال الندوات والاجتماعات العـــامة ، التى عقدت لمنـــاقشة قضـــايا التبعية الثقـــافية ، والغزو الثقافى وحمـــاية الذاتية الثقافية ازاء التهديدات التى تحملها تقنيات الاتصـــال الحديثة .

بيد ان المتتبع لســـير المناقشات فى هـــذا الجانب وللآراء والأفكار التى طرحت خلالها ، يلاحظ غلبة الأحكام الانطباعية والذاتية الشديدة فى عرض ومناقشة هـــذا الموضوع وتحليل العلاقة بين الاتصـــال والثقافة ، وتفاوت الآراء فى هـــذا المجال بين التهوين الشـــديد من تأثير تكنولوجيا الاتصـــال الحديثة على الثقافة المحلية ، والتهويل المفرط من تأثير هذه التكنولوجيا ، بين من يرى فى البث المباشر مثلا اثراء للثقافة المحلية ، وان هذه الثقـــافة بحكم

ميراثها التاريخى والحضـــارى قادرة على استيعاب وتطويع كل ما هو وافد او غريب ؛ وبين من يرى عكس ذلك ، ويؤكد مخاطر هـــذا البث على الثقافة المحلية ، وتدمير جهـــود التنمية . وبين هذا وذاك تغيب الموضوعية والرؤية العلمية ، التى تستند على البيانات والمشاهدات الواقعية .

لذلك رأينا ، ان يأتى اسهامنا فى المناقشات الدائرة فى هـــذا المجال من خلال دراسة ميدانية نسعى من خلالها للحصول على بيانات واقعية تســـاعد على فهم افضل لأبعـــاد العلاقة بين الاتصال والثقافة والوقوف على حقيقـــة التأثيرات الثقافية التى ترتبت حتى الآن على دخـــول وانتشـــار تكنولوجيا الاتصـــال الجديدة فى المنـــاطق المحليـــة وبالذات فى القرية المصرية ، محل اهتمامنا العلمى ، والتى شهدت فى السنوات الأخـــيرة تغـــيرات اجتمـــاعية وثقافية واضـــحة من المفيد ان نقف على اســـهام تقنيات الاتصال فيها .

لقد انتشرت تكنولوجيا الاتصـــال الحديثة فى مجتمع القرية ، واصبح لا يكاد يخلو بيت واحد من بيوت القرويين من وســـيلة اتصالية او اكثر ، حيث توجد وبكثافة ملحوظة اجهزة الراديو والتليفزيون والجرائد والمجلات والفيديو واجهزة التسجيل ومكبرات الصـــوت والتليفون . واصبح السؤال يطرح وبالحـــاح عن الطريقة التى يتعامل بها القرويون مع اجهزة الاتصـــال الحديثة . وحقيقـــة التأثيرات الثقافية التى احدثتها هذه الأجهزة فى مجتمع القرية وتأثير ثقـــافة القرويين ذاتهـــا على عمليات هـــذه الأجهزة وطريقـــة استخدامهم لها ، وهى تساؤلات مهمـــة فى اطـــار ما هو مطروح حاليـــا من قضـــايا على الساحة الثقافية والاعلامية .

وقد كان من المفيد قبل ان نبدأ عملنـــا الميدانى مناقشة وتوضيح بعض الجوانب النظرية المرتبطة بموضوع الاتصـــال والثقافة حيث عرضنا لمفهوم الاتصـــال وانماطه وعملياته وللمحاولات المختلفة التى بذلت لفهم ودراسة هذه العمليات من خلال فكرة النموذج ، مع تقديم رؤية نقـــدية لهذه المحاولات ، والاجتهاد فى تقديم رؤية نظرية بديلة تأخذ فى اعتبارها أوضاع وظروف الواقع المحلى . واهتـــم البحث بعد ذلك بمناقشة مفهوم تكنولوجيا الاتصال ولطريقة توظيف هذه التكنولوجيا فى المجتمعات النامية . وعرض للمداخل النظرية المختلفة

لدراســـة وفهم تأثيرات هـــذه التكنولوجيا على ارض الواقع ، ولأوجـــه القوة والضعف فى كل مدخل وانتهت المناقشة فى هـــذا الجانب الى بلورة واضـــحة للمحددات الفاعلة فى تأثير تكنولوجيا الاتصال فى المجتمعات المحلية .

وانتقل البحث بعـــد ذلك ، لمنـــاقشة مفهوم الثقافة وللعلاقة بين هـــذا المفهوم ، ومفهوم الاتصـــال ، ودور الأخير فى مجال الترويج الثقـــافى ، وجرى تسليط الضـــوء هنـــا على قضـــية البث المباشر ، وللتأثيرات المحتملة للثقافات الوافدة عبر تقنيـــات الاتصال الحديثة على الثقافة المحلية .

وقد ســـاهم كل ذلك ، فى تعميق الرؤية النظرية للبحث ودعم قدرته على على بلورة الاطـــار النظرى الذى جرى على ضـــوءه تحديد اهـــداف البحث وصياغة تساؤلاته ، وتصـــميم أدواته المنهجية بصورة افضل ، والتى انعكست فيما خلص اليه العمل الراهن من نتائج ميدانيـــة مهمة ، نأمل ان تكون مفيـــدة للمهتمين بقضـــايا الاتصـــال والثقافة فى مصر والعالم العربى .

عبد الفتـــاح عبد النبى

فى ١٩٩٠/٥/١٧

الفصل الأول

الاتصال (المفهوم والعملية)

الفصـــل الأول

الاتصـــال (المفهوم والعمليـــة)

اذا كان العمل الراهن ينهض لبحث العـــلاقة بين تكنولوجيا الاتصـــال والثقافة ، فان بحث هذه العلاقة وفهم ابعـــادها وجوانبها المختلفة ، يستوجب التعرض لبعض التســـاؤلات التى تثار بداية حول ماهية الاتصال الذى نقصده ، وطبيعة عملية الاتصـــال وانماطها ومهمة هذا الفصل هى مناقشة هذه الجوانب ومحاولة بلورة رؤية واضـــحة حولها تكون منطلقـــا لفهم عمليـــات الاتصـــال ومناقشة الآثار المترتبة عليهـــا على الثقافة المحلية وهو الهدف الاســـاسى من وراء هـــذا العمل .

١ ـــ مفهوم الاتصـــال :

اصبح مفهوم الاتصال من المفـــاهيم المحورية فى تراث العلوم الانســـانية ومناقشاتها حيث ظهرت فى العقود الأخيرة العديد من الكتابات المتخصصة فى الاتصـــال او متضمنة له فى ثناياها . بيد ان المتتبع لهذه الكتـــابات ، يلاحظ ان المصطلح يأخذ معـــانى متباينة لدى أصحاب التخصصات المختلفة . كمـــا ان استخدامه يتراوح بين التضيق الشديد أحيانا والتوسع الشـــديد ؛ ففى حين يقصر البعض استخدام الاتصـــال على مجال النشـــاط الانســـانى يمتد هـــذا الاستخدام لدى البعض الآخر ليشمل دراسة جميع اشكال النشـــاط بما فيهـــا الاتصال بين الحيوانات بل وحتى أحيانا الآلات(١) .

ويتنـــاول الباحثون فى مجال علم النفس الاتصال باعتباره نســـقا جماعيا يؤثر بطريقة او بأخرى فى العلاقات المتبـــادلة بين اعضـــاء الجمـــاعة وآرائهم واتجاهاتهم ، فنجد باحثا مثل « وارن » (Warren) يعرف الاتصال بأنه :« نقل انطبـــاع أو تأثير من منطقة الى أخرى دون النقل الفعلى لمـــادة ما أو انه يشير الى نقل انطباعات من البيئـــة الى الكـــائن وبالعكس أو بين فرد وآخر »(٢) .

---

(١) ابراهيم امام ، **الاعلام والاتصال بالجماهير** ، القاهرة ، مكتبة الانجلو المصرية ، ١٩٨١ ، ص ٣٧٦ .

(٢) انظر :

Wibur Schramm, **Men, Messages and Media,**
New York, Harpers & Row Publishers, 1973, P. 3.

ووفقا لهذا الفهم ، فان أى تغيرات تحدث داخل الكائن الحى نتيجة لمؤثر ما سواء كان داخليا أو خارجيا،فانه يعنى أن ثمة اتصال قد وقع .

وينظر علماء الاجتماع ، الى الاتصال باعتباره ظاهرة اجتماعية وقوة رابطة (binding force) لها دورها فى تماسك المجتمع وبناء العلاقات الاجتماعية . وهنا يؤكد (شرام) : « أن المجتمع الانسانى يقوم على مجموعة من العلاقات قوامها الاتصال ، وأن ما يجمع الأفراد ليس قوى غيبية أو سحر أو قوى مطلقة وانما هى علاقات الاتصال(١) . التى هى ضرورة من ضرورات الحياة الاجتماعية ذاتها ، وفى هذا الاطار يعرف « أحمد أبو زيد » الاتصال بأنه : « العملية التى يتم بمقتضاها تكوين العلاقات بين اعضاء المجتمع بصرف النظر عن حجم هذا المجتمع وطبيعة تكوينه وتبادل المعلومات والآراء والأفكار والتجارب فيما بينهم »(٢) . وهو ذات الفهم الذى يقدمه « محمود عوده » الذى عرف الاتصال بأنه : « العملية أو الطريقة التى تنتقل بها الافكار والمعلومات بين الناس داخل نسق اجتماعى معين يختلف من حيث الحجم ومن حيث محتوى العلاقات المتضمنة فيه »(٣) . بمعنى أن هذا النسق الاجتماعى قد يكون مجرد علاقة ثنائية نمطية بين شخصين أو جماعة صغيرة أو مجتمع محلى أو مجتمع قومى أو حتى مجتمع انسانى .

ويعرف الاتصال فى التربية — كما يرى « جون ديوى » بأنه عملية مشاركة فى الخبرة بين شخصين أو اكثر حتى تعم هذه الخبرة وتصبح مشاعا بينهم يترتب عليه حتما اعادة تشكيل وتعديل المفاهيم والتصورات السابقة لكل طرف من الأطراف المشتركة فى هذه العملية(٤) . وهنا نجد «ديوى» يؤكد على معنيين فى فهمه لماهية الاتصال هما :

١ — الخبرة . ٢ — المشاركة فى الحصول على الخبرة .

---

(١) أنظر فى ذلك : Wibur Schramm, ibid, P. 5.

(٢) أنظر فى ذلك :

أحمد أبو زيد ، **الاتصال** ، عالم الفكر ، المجلد الحادى عشر ، العدد الثانى سبتمبر ، ١٩٨٠ ص ٥ .

(٣) أنظر فى ذلك :

محمود عوده ، **اساليب الاتصال والتغير الاجتماعى** ، القاهرة ، مكتبة سعيد رأفت ، جامعة عين شمس ، ١٩٨٣ ص ٥ .

(٤) أنظر فى ذلك :

John Dewey, **Democracy and Education, An introduction to the philossophy of Education,** The Macmillan Company, N. Y., 1959, P. 31.

فعملية التـــدريس ليست مجرد التقاء مدرس بطلبتـــه وتقديمـــه لبعض المعلومات ولكنهـــا لقاء خبرتين حول موضوع الدرس خبرة المدرس التى اكتسبها بعد أن مر بمواقف متعددة اكسبته خبرة غنية متكاملة حول الموضوع الذى يقوم بتدريسه ، وخبرة التلميذ التى اما انهـــا معدومة او جزئيـــة ولكنهـــا فى اغلب الاحيـــان لا تســـــاوى خبرة المدرس . ومن الضرورى على المدرس أن يهيىء للتلميذ الفرصـــة لكى ينمى مجال خبرته حتى تشبه خبرته أو تقترب منها وهنـــا يتحقق الاتصال ويتم التفاعل بينهما(١) .

هذا المعنى الذى يقدمه « ديوى » للاتصال فى مجال التربية يطرحه ايضا « كيرث ليفن » وان كان بصورة تبدو مختلفة ، حيث يرى « ليفن » أن الاتصال هو العملية التى يمكن بواسطتها نقـــل التغير الذى يحدث فى احدى منـــاطق المجـــال السلوكى الى منطقـــة اخرى ، ويقـــال عن اى منطقتين فى المجـــال انهما متواصلتان اذا كان التغير فى حالة احداهما يترتب عليه حدوث تغـــير فى حـــالة اخرى(٢) .

وفى علم السياسة ، اصبح مصطلح الاتصـــال يتردد كثـــيرا فى كتـــابات الباحثين فى هذا العلم ، باعتباره مفهوما محـــوريا لا يقتصر فهمـــه فقط على اســـاس أنه مجرد وظيفة للنظم السياسية ، او نظاما يرتبط بعلاقات متبادلة مع النظم السياسية والثقافية والاجتماعية ، وانمـــا ايضا باعتبار أن الاتصال هو المـــادة التى تتكون منهـــا العلاقات الانسانية وهنـــا تصـــبح دراســـة الاتصـــال ذات مغـــذى كبير فى اطـــار العملية الســـياسية على اختـــلاف مجالاتها(٣) .

وفى مجال الاعلام ، تزايدت فى العقود الاخيرة غزارة استخدام البـــاحثين فى كتاباتهم لمصطلح الاتصـــال ، وعادة ما يظهر المصطلح فى الكثير من هـــذه الكتابات مقرونا بكلمة اخرى من قبيل : الاتصـــال الاعلامى ، الاتصال المباشر ، الاتصـــال بالجماهير ، الحق فى الاتصال ، ديمقراطية الاتصـــال ، وســـائل الاتصال ، علم الاتصـــال ... الخ ، وطرحت فى هذا الصـــدد مجمـــوعة من

---

(١) حسين حمدى الطوبجى ، التكنولوجيا والتربية ، الكويت دار القيـــم ، ١٩٨٨ ص ٣١ .

(٢) زيدان عبد الباقى ، **وسائل واساليب الاتصال** ، القاهرة ، دار غريب للطباعة ، ١٩٧٩ ص ٣١ .

(٣) عبد الغفار رشـــاد ، **دراسات فى الاتصال** ، القـــاهرة ، مكتبـــة نهضة الشرق ، ١٩٨٤ ص ٤ .

التعريفات المتباينة للاتصـــال لا بأس من التعرض لبعضـــها لفهم توجهـــاتها ومدلولاتها ومصدر التناقض فيها :

— **الاتصـــال** : هو بث رسائل واقعية أو خيالية موحدة على أعداد كبيرة من النـــاس يختلفون فيمـــابينهم من النواحى الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والسياسية وينتشرون فى مناطق متفرقة(١) .

— **الاتصـــال** : هو النشاط الذى يستهدف تحقيـــق العمومية أو الذيوع أو الانتشار أو الشيوع أو المألوفية لفكرة أو موضوع أو منشأة أو قضية عن طريق انتقال المعلومات أو الافكار أو الاراء أو الاتجاهات من شخص أو جماعة الى أشخاص أو جمـــاعات باستخدام رموز ذات معنى موحـــد ومفهوم بنفس الدرجة لدى كل من الطرفين(٢) .

— **الاتصال** : هو العملية التى يتفاعل بمقتضاها متلقى ومرسل الرسالة فى مضـــامين اجتماعية معينة ، وفى هذا التفاعل يتم نقل افكار ومعلومات بين الافراد عن قضية معينة أو معنى مجرد أو واقع معين(٣) .

— **الاتصال البشرى** : هو علاقة متبادلة بين المرسل والمســـتقبل وان كلا منهما يقوم بعمل المرسل والمستقبل فى آن واحد ، وذلك بالنسبة لنفســـه وبالنسبة للآخر(٤) .

وواضـــح من مثل هذه التعريفات وغيرها درجة التباين فى تحديد اساتذة وخبراء الاعلام لمـــاهية الاتصال ، ويعود هذا التباين — فى تقديرنا — الى عدم وجود أرضية مشتركة ينطلق منها الباحثون فى هذا المجال لتحديد مدلول الكلمة، ويمكن هنـــا أن نرصد عاملين :

الأول : لا يوجد ثمة اتفـــاق مسبق عند تعريف الاتصال على حجم نسق الاتصال المعنى بالتعريف ، ويؤدى ذلك كمـــا هو واضح من التعريفات السابقة

---

(١) ابراهيم امام ، الاعلام والاتصـــال بالجمـــاهير ، **مرجع ســـابق** ، ص ٢٧ .

(٢) سمير حسين ، **الاعلام والاتصال بالجماهير والرأى العام** ، القاهرة ، عالم الكتب ، ١٩٨٤ ص ٢١ .

(٣) جيهان شتى ، **الأسس العلمية لنظريات الاعلام** ، القاهرة ، دار الفكر العربى ، ١٩٧٨ ص ٥٣ .

(٤) انشراح الشـــال ، مدخل فى علم الاجتماع الاعلامى ، القاهرة ، مكتبة نهضة الشرق ، ١٩٨٥ ص ٧٣ .

الى من يفهم الاتصال باعتباره اتصـــال بالجماهير المغفيرة ، ومن ثم فهو لديه بث رسائل الى هذه الجماهير ، أو تحقيـــق الذيوع والعموميـــة لفكرة ما بين قطاعات الجماهير المختلفة أو من يفهم الاتصال على انه لقـــاء أو تفاعل بين شخصين وبالتالى فهو عملية تفاعل بين مرسل ومتلقى أو تبادل للمعلومات بينهمـــا فى آن واحـــد .

والثـــانى : يوجد خلط وعدم تمييز عادة بين العمليـــة التى يتم منخلالها الوصول الى الطرف الآخر وابلاغه بمضامين معينـــة وبين فاعليـــة النشـــاط الاتصـــالى ومدى التجاوب مع عملية الابلاغ ، اى خلط بين مفهوم الاعلام ومفهوم الاتصال . ومن المؤكد ان الحالة الأولى هى « اعلام » ، حيث تسير المـــادة الاتصـــالية هنـــا فى اتجاه واحد . وان الحـــالة الثانية هى « اتصال » حيث يتحقق التفاعل والتجاوب بين المرسل والمتلقى فى ذات الوقت .

فاذا ما فهم الأمر على انه تجاوب وتفاعل ومشـــاركة بين طرفين وليس مجرد ابلاغ من طرف لطرف آخر ، فانه يمكن فهم الاتصال على انه :

« العملية المستمرة التى يتم بمقتضاها تكوين العلاقات بين افراد المجتمع وتبادل المعلومات والآراء والأفكار والتجارب فيما بينهم . وعندما تأخذ هـــذه العملية طابعا جمـــاهيريا والذى يتم من خلال وســـائل تطورت لهذا الغرض ، فان الاتصـــال فى هذه الحالة يفهم على انه النشـــاط الذى من خلاله يتم نقل مضامين اعلامية أو خيالية الى جمهور معين يراد توصيلها اليه وبالوســـيلة التى تكفل تحقيق افضل تأثير ممكن » .

ويتضمن هـــذا الفهم لماهية الاتصال عدة ملاحظات عن طبيعة الاتصال من المفيد ابرازها هنـــا وهى :

١ — ان الاتصـــال أيا كان حجمه وشـــكله ، فانه عملية ، ومعروف ان العملية صـــفة تطلق على اية ظاهرة تتغير بشـــكل مســـتمر ومتواصـــل خلال فترة من الزمن(١) . وهذه السمة للاتصال محل اتفاق بين الباحثين باعتبار ان الاتصال عملية أساسية فى حياة المجتمع وان لها عناصرها المتعددة والمتغيرة التى تتفـــاعل معـــا لتحديد كفـــاءة ومصـــير العملية الاتصـــالية ، ويعنى فهم الاتصال كعملية ، ان لهذه العملية ســـمات انسانية أساسية ، فهى مستمرة لا تتوقف أو تتجمد عند نقطة معينة ، وانهـــا على درجة عاليـــة من المرونة والديناميكية ، وانهـــا قد تدور حول حادثة أو واقعة معينة ، ومع ذلك لا تحددها ولا تقيدها حدود اللهم الاتصـــورات وادراكات الاطراف المشـــاركة فى العملية

---

(١) احمـــد ابو زيد ، الاتصـــال ، مرجع سابق ص ٥ .

رانه متى بدات هـذه العملية فانه لا يمكن القيـام بها مرة اخرى او اعادتها على نفس النحو لانه لا توجد بداية واضحة محددة او نهاية حاسمة لهـذه العملية(١) .

٢ — ان التفاعل المتبـادل بين طرفى الاتصال عنصر مهم لتمييز الاتصال حيث يشير التفاعل هنـا الى اننا لسنا ازاء عملية نقل من جانب واحد وانما ازاء تبـادل مشترك للمؤثرات المتوالية او توجه متلازم لكل شخص متواصل نحو الأشخاص الآخرين ونحو موضوع تفاعلهم الاتصالى(٢) .

٣ — ان هنـاك فرق بين عملية الاتصـال كعملية دينامية ومتغيرة وبين مـادة الاتصـال ، فمـادة الاتصال تختلف وتتباين من حيث الموضوع ومن حيث الهدف ، كمـا ان النشـاط الاتصـالى لا عـلاقة له بتوصيل المعنى ، لأن المعانى لا يتم نقلها او توصيلها وانمـا الرسائل هى التى يتم نقلها وتبادلها بين اطراف الاتصـال وتأخذ عـدة اشـكال او تمر فى عـدة قنـوات لذلك كالصور او الموجات الصوتية او المرئية او اللغـة المكتوبة او المسموعة وليس فى هذه الرسـائل معنى فى حد ذاتها ، ولكن المعنى والدلالة لهذه الرسـائل تحدث عند مستقبل الرسـالة ، فهو الذى يفك رموزها وهو الذى يكون لهذه الرسالة معنى ، وهو الذى يعطى للالفاظ دلالتها (٣) .

٤ — ان اللغة عنصر فاعل فى تحقيق الاتصـال ، بل هى اداة الاتصال الرئيسية ، فهى المراة التىتعكس الفكر ، وتحدد نطاق تفكير الفرد وقدرته على وضع الرموز وفكها ، ولذلك يعرف البعض اللغة بانها وسـيلة التعبير عن الأفكار وتوصيلها او تبادلها(٤) فالكلمات ليست الا رمـوزا تدل على اشـياء معينة وبذلك فهى تختلف عن مجرد الاصوات التى تصـدر بغير قصد ولا تحمل فى بعض الاحيـان على الاقل معنى محددا ، وبقدر ما يملك الانسان ناصية اللغة يكون فى امكانه خلق الاتصـال وتوصـيل ما يدور فى ذهنه من افكـار وآراء او ما يريد نقـله من معلومات للاخرين .

---

(١) عبد الغفار رشاد ، دراسات فى الاتصال ، **مرجع سابق** ، ص ٤٨ .

(٢) طلعت منصـور ، **سيكلوجية الاتصـال** ، عـالم الفكر ، المجـلد الحادى عشر ، العـدد الثانى ، سبتمبر ١٩٨٠ ص ١٠٧ .

(٣) انظر فى ذلك :

David K. Berlo, The Process of Communication : an introduction to Theory and Prictice, Holt, Rinehart and Winston, N.Y, 1960.

(٤) احمـد ابو زيد ، الاتصـال ، **مرجع سـابق** ص ٧ .

ومعروف أن الفرد يكتسب لغته خلال عملية التنشئة الاجتماعية من البيئة التى يعيش فيها ، وأن عوامل اجتماعية واقتصادية وسلالية عديدة تتداخل أثناء هذه العملية لتؤدى الى تفاوت أفراد المجتمع فى ادراكهم اللغة وما تحمله من معانى ورموز ، وبقدر تقارب الحصيلة اللغوية ودلالتها لدى طرفى الاتصال وتوحد مجال الخبرة المشتركة بينهما ، ساعد ذلك على اتمام عملية الاتصال فى سهولة ويسر ، والعكس يصبح صحيحا أيضا فى هذه الحالة ، فمعرفة المواطن العربى اللغة الالمانية مثلا تعد شرطا ضروريا لاتمام عملية الاتصال بينه وبين المواطن الالمانى .

ونتيجة للدور البالغ الذى تلعبه اللغة فى عملية الاتصال وتحديد مصيرها ، فان الرقابة التى عادة ما تفرض على أساليب وقنوات الاتصال فى المجتمعات المختلفة كثيرا ، ما تمتد لتشمل أيضا اللغة المستخدمة فى الحديث وتوصيل مادة الاتصال باستخدام الاتصال لغة معينة بطريقة معينة ، بل وانتقاء كلمات والفاظ ومصطلحات معينة بالذات من تلك اللغة لاستخدامها فى مواقف معينة ، تساعد مساعدة فعالة اما فى الابقاء على الاوضاع والقيم السائدة فى المجتمع أو على ادخال قيم وأفكار جديدة يراد لها أن تذاع وتنتشر بين أفراد المجتمع ، وهذا من شأنه التأثير سلبا أو ايجابا على التماسك والتضامن والتكافل فى المجتمع . وهذا ما دعا الباحثين والكتاب الى تأكيد ضرورة توفير جدية التعبير عن الفكر وجدية ابداء الرأى خلال عمليات الاتصال .

٥ — عند مستوى العمل الجماهيرى واستخدام الوسائل التكنولوجية كوسيط لنقل المادة الاتصالية يقترب مفهوم الاتصال من مفهوم الاعلام فالاتصال الجماهيرى — على عكس بعض التعريفات السابق عرضها آنفا — لا يعنى فى جميع الاحوال اتصال بمعنى التفاعل والتجاوب والمشاركة فى المعنى وانما قد يأخذ طابع الاعلام بمعنى النقل والتوصيل أو الابلاغ دون شرط التفاعل أو التجاوب فالوسائل تنحو نحو اختيار جماهيرها ، كما أن الجماهير تختار من بين الوسائل(١) . فضلا على أن الاستجابة والتجاوب لدى المتعرضين أو المتلقين من أفراد الجمهور قد تكون محدودة أو غير واردة فى أحيان كثيرة بما يعنى الاتصال لم يكتمل أو يتحقق وأنه اقتصر على مجرد الاعلام أو الابلاغ .

---

(١) وليام ل. ريفرز ، **وسائل الاعلام والمجتمع الحديث** ، ترجمة ابراهيم امام ، القاهرة ، دار الفكر العربى ، ص ٣١ .

٦ — ان القدرة على الاتصال عنصر مهم لفهم الاتصال وضمان تحقيقه وتمييزه عن الاعلام ، ذلك أن التجاوب والتفاعل والمشاركة فى المعنى الذى يميز الاتصال ، يتطلب توافر قدرات متشابهة أو حتى متقاربة بين طرفى الموقف الاتصالى المرسل والمتلقى سواء كان ذلك على مستوى الاتصال بين شخصين أو الاتصال الجماهيرى وتدخل هنا اللغة والخبرة ، والمركز الاجتماعى والثقافة والامكانات المادية ... الخ كمتغيرات فاعلة فى تحديد هذه القدرة ، فاذا تدنت هذه القدرة لدى أحد الاطراف (المتلقى مثلا) وهذا امر وارد ومألوف فى الحياة العملية ، وبالذات فى المجتمعات المتخلفة ، انتفى الاتصال ، واصبحت العملية اقرب الى النشاط الاعلامى منه الى الاتصال وهذا ، على ما يبدو ، هو احد الأسباب التى تكمن وراء التمسك الشديد فى المجتمعات النامية بمفهوم الاعلام وتفضيل استخدامه على مفهوم الاتصال ، حيث تتفاوت قدرات الافراد على الاتصال ، وحيث يتم السيطرة على النشاط الاتصالى — كما هو الحال فى الاعلام ، وتوجيهه وجهة معينة .

٧ — ان الاتصال عملية معقدة لها عناصرها المتعددة والمتداخلة ، أبرزها على سبيل التبسيط ، المصدر ، أى الشخص أو الجماعة التى تبادر بارسال الرسالة ويطلق على مثل هذا الشخص او تلك الجماعة مفهوم المرسل او المتصل ويتولى هذا المصدر مهمة وضع الكود أو ترميز الرسالة . ومحتوى الرسالة أو رموزها ، والأداة أى الوسيط المستخدم فى عملية نقل الرسالة ، والمتلقى أو مستقبل الرسالة الذى يتولى مهمة فك الكود وتفسير رموز الرسالة واخيرا الاستجابة التى يعكسها المتلقى بعد الانتهاء من مهمته ويضاف الى هذه العناصر الرئيسية متغيرات أخرى عديدة سعى الباحثون الى وصفها وتحديدها ، سوف نناقشها فيما بعد ، ولكن ما يهمنا هنا هو الاشارة الى اننا لا يمكن أن نفهم جانبا واحدا من هذه العناصر بمعزل عن العناصر الأخرى . كما أن التغير فى أحد هذه العناصر ، قد يؤدى الى تعديل فى الاتصال ككل ، وكما يرى « كولمان ومارش » فان الاتصال قد ينهار أو يصبح عديم الفاعلية عند أى عنصر من هذه العناصر . ومن ثم فان فهما افضل للاتصال انما يكون وليدا للاهتمام بكل عنصر من العناصر المكونة للاتصال(١) .

---

(١) أنظر فى ذلك :

Sereno, K., Nortensen, C., **Foundation of Communication Theory,** N.Y. Harper & Row Pub., 1970, P. 5.

ثانيـــا : انماط الاتصال وعملياته :

تتعدد قنوات وانواع الاتصـــال وفقا للمعيـــار المستخدم فى هذا المجال، وعـــادة ما يصنف الباحثون فى المجال الاعلامى الاتصال وفقا لمعيار مركب من عنصرين : حجم الاتصال واداة الاتصال . ووفقا لهذا المعيار يوجد :

(أ) **الاتصال الذاتى** : بمعنى أن المرسل والمتلقى شخص واحد ويتم الاتصال داخل الفرد ذاته ، ويحدث عندما يتحدث الفرد مع نفسه كمـــا هو الحال حين يقلب الفرد فى ذهنه افكاره وآراءه الخاصة أو حين يدرس ذاته ويضعها موضع التحليل والنقد والمحاســـبة والمواخذة . وهذا النوع من الاتصال يحظى باهتمـــام البـــاحثين وبالذات فى مجال علم النفس ، حيث يدور الاهتمام هنا حول دراسة عمليات الادراك واكتساب المعانى وتفسيرها والعوامل المؤثرة فى ذلك .... الخ(١) .

(ب) **الاتصـــال الشخصى** : وهو الاتصال الذى يتم بين فردين بصورة مباشرة دون وســـيط ، ويمارس الفرد هذا النوع من الاتصـــال فى مجرى الحياة اليومية مع الآخرين من اهله واصدقائه وزملائه حينما يتبادل التحية مع احدهم أو يتناقش مع آخر فى أمر من أمور الحياة .... الخ . ويطلق البعض على هذا النوع من الاتصـــال الاتصال الطبيعى او العـــادى بين الأفراد(٢) . ويميزه فى ذلك عن الاتصال الشخصى الرســـمى الذى يتولى خـــلاله احد الافراد الرسميين أو مندوبوا التغيير الاتصال بالافراد المحليين بغية إقناعهم بتبنى فكرة او سلوكا معينـــا ترغبه السلطات الحكومية . وتكمن أهمية هذا التمييز فيمـــا تشير اليه الابحاث الميدانية بأن الاتصال

---

(١) للوقوف على عرض مفصل لبعض النماذج النظرية التى سعت لفهم هذا النوع من الاتصـــال انظر :

جيهان رشتى ، الاسس العلمية لنظريات الاعـــلام ، **مرجع ســـابق** ص ص ٩٣ — ١١٩ .

(٢) صلاح عبد المتعال ، **التنمية الثقافية بين اتصال المشاركة والاعـــلام الجمـــاهيرى** ، الحلقة الدراسية الثالثة لبحـــوث الاعـــلام ، المركز القومى للبحوث الاجتماعية الجنائية ، مـــايو ١٩٨٣ ص ١٤ .

الشخصى الطبيعى أو العادى بين الافراد اكثر تأثيرا من الاتصال الشخصى الرسمى(١) .

(جـ) **الاتصال الجمعى** : وهو الاتصال الذى يتم بين شخص واحد وبين جماعة محددة من الافراد يجمعهم مكان واحد أو تربطهم علاقة واحدة أو موضوع واحد كما هو الحال فى الالتقاء مع طلبة مدرسة واحدة . أو اثناء محاضرة أو ندوة(٢) وفى هذا النوع من الاتصال مثلما هو الحال فى الاتصال الشخصى تتحقق المواجهة بين الطرفين المرسل والمتلقى دون وسيط تكنولوجى .

(د) **الاتصال الجماهيرى** : وهو الاتصال الذى يتم بين المصدر (فرد أو مؤسسة) وجماهير غفيرة وغير متجانسة عبر وسيط تكنولوجى، حيث لا يتحقق عامل الموجهة المباشرة ويتسم الاتصال بالتعقيد الشديد .

وقد يكون هناك أشكال أخرى للاتصال مثلما هو الحال فى الاتصال بين جماعة واخرى أو بين دولة ودولة اخرى أو بين منظمة أو هيئة دولية واخرى محلية أو بين الاحزاب بعضها البعض ... الخ . كما قد توجد أسس أخرى مختلفة لتصنيف الاتصال بخلاف حجم الاتصال وأدواته ، كأن يصنف الاتصال الى نمط منظم ونمط غير منظم(٣) ، ويقصد بالنمط المنظم كل تلك الاجهزة والمؤسسات التى تؤسس وتقام بقصد نقل المعلومات والافكار وتوصيلها الى الناس وهنا تندرج الصحف والاذاعة ، والتليفزيون والسينما ومكاتب تنظيم الاسرة ومؤسسة الارشاد الزراعى تحت نمط الاتصال المنظم أو الرسمى ، بينما يشير النمط غير المنظم الى الانتقال التلقائى للافكار والمعلومات مثلما هو الحال فى انتقال الاخبار والافكار والثرثرات بين الناس فى تفاعلاتهم اليومية الروتينية .

وأيا كانت انماط الاتصال والمعيار المستخدم فى تحديد هذه الانماط ، فاننا سوف نقصر الحديث هنا على نمطى الاتصال الشخصى والجماهيرى

---

(١) نادية سالم ، **أثر التعاون بين وسائل الاعلام واجهزة الخدمات على التنمية الريفية** ، المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية ، القاهرة ، ١٩٨١ .

(٢) يوسف مرزوق ، **مدخل الى علم الاتصال** ، الاسكندرية ، دار المعرفة الجامعية ، ١٩٨٨ ، ص ٤٢ .

(٣) محمود عوده ، أساليب الاتصال والتغير الاجتماعى ، **مرجع سابق** ص ٢٦ .

نظرا لأهميتهما بالمنظور الاعلامى من جهة ولاعتقادنا أن كافة انماط الاتصال الاخرى تندرج بصورة او باخرى فى ثناياهما من جهة ثانية .

١ — الاتصال الشخصى :

يعرف الاتصال الشخصى بانه العملية التى يتجه الاتصال من خلالها الى الافراد او المجموعات المستهدفة بطريقة مباشرة بحيث يلتقى فيها القائم بالاتصال والمتلقى او المتلقين وجها لوجه فى عملية تفاعلية بينهما(١) دون عوامل او قنوات وسيطة وفى هذه الاثناء ينشأ بين الطرفين علاقة متبادلة ذات اتجاهين يقوم خلالها كل طرف بدور المرسل والمتلقى فى نفس الوقت . ومن امثلة هذا النوع من الاتصال المحادثات اليومية بين اعضاء الاسرة والجيران او الاصدقاء وزملاء العمل واللقاءات الجماعية والاستشارات والمقابلات والحلقات الدراسية ... الخ .

ويعتبر هذا النوع من الاتصال اقرب اشكال الاتصال او هو الشكل الطبيعى المالوف للاتصال وبالذات فى المجتمعات الاقل تقدما وفى المناطق التى تزداد فيها درجة الامية وانخفاض المستوى الثقافى مثل المناطق الريفية والشعبية ، ويمكن تلمس ذلك فى الحياة الفعلية من خلال العديد من المؤشرات من بينها ، ارتفاع درجة التقدير والاحترام من جانب الافراد فى المجتمع المحلى للافراد الاكثر ثقافة ويطلب الاستماع الى آرائهم وافكارهم ، وتأثير نفوذ كبار السن وبعض الفئات المهنية فى المجتمع المحلى على الرغم من انخفاض مستواها المعرفى والثقافى .

ويمكن ان نستمد ملاحظاتنا على هذا النوع من الاتصال من خلال معايشتنا لواقعه فى مختلف المجالات ، حيث تزداد كثافة ظهور قنوات الاتصال الشخصى فى الريف والحضر على السواء ففى الريف تمثل المصطبة الملتحمة بجدران بيوت القرويين موقعا دائما وخصبا لتبادل الآراء والخبرات والاسمار والحكايات بينما يمثل الدوار فى بيت العمدة والمندرة فى بيوت الاغنياء شكلا آخر لتبادل الاتصال الشخصى . وتلعب القيادات المحلية الرسمية وغير الرسمية دورا تاثيريا مهما خلال هذه اللقاءات .

كما تتزايد الاتصالات الشخصية فى المناطق الريفية والبدوية بشكل اساسى فى زوايا العبادة والمساجد والوحدات الفلاحية والجمعيات

---

(١) صلاح عبد المتعال ، مرجع سابق ص ١٤ .

التعاونية الزراعية والمقاهى ومحلات البقالة والحياكة فضلا عن مناسبات الموالد والأفراح ، والمآتم ... الخ .

وعادة ما تستقى المعلومات والاخبار خلال اللقاءات فى هذه الاماكن من من القيادات المحلية كوعاظ المساجد ، ونظار المدارس وبعض المدرسين ومهندسى الرى والزراعة والأطباء والممرضات والقابلات وحلاق القرية وبعض دعاة الطرق الصوفية والجماعات الدينية والسياسية فضلا عن العمد والمشايخ وممثلى الحكومة ورجال الأمن ، ومؤخرا اصبحت اجهزة الاعلام مصدر مهم لتغذية هذه القنوات بالمعلومات والافكار حول مجريات الاحداث القومية العالمية .

وفى المناطق الحضرية ، تتواجد المواقع شبه الدائمة كمجال لممارسة الاتصال الشخصى مثل المقاهى والنوادى ومواقع تجمعات العمال فى المصانع ونواديها ومطاعمها وتجمعات الطلاب فى المدارس والجامعات وجمعيات النشاط الاهلى والنقابات العمالية والمهنية ، هذا فضلا عن دور العبادة كالمساجد والكنائس . كما تتواجد المواقع المؤقتة كتجمعات النوادى لفئات الشباب ، والمباريات الرياضية ، وايضا مواقع الاتصال اللحظى الناجمة عن تزاحم المواصلات وصفوف المجمعات الاستهلاكية وغيرها .

وتجرى عمليات الاتصال الشخصى او المواجهى فى شتى اشكال مواقع التجمعات السابقة ، وهناك العديد من الافكار العامة التى تنساب داخل هذه التجمعات خاصة التى تخفيها وسائل الاعلام الجماهيرى ، وتختلط بالشائعات ايضا النكات ذات الدلالة الاجتماعية والسياسية(١) .

ويتميز الاتصال الشخصى بعدة سمات من المفيد هنا ابرازها وهى :

١ — محدودية عدد الافراد الداخلين فى علاقة الاتصال حيث يفترض الا يتجاوز عدد الأفراد هنا عن (٤٥) فردا ، فاذا زاد عن ذلك تعقد الاتصال وزادت كثافة العلاقات المتبادلة واستحال توافر عنصر الموجهة وسير المعلومات فى اتجاهين التى تميز الاتصال الشخصى .

٢ — عدم وجود وسيط تكنولوجى لنقل الرسالة موضوع الاتصال وسيادة النقل والتوصيل الرئيسية هنا هى اللغة التى تحمل المعانى والرموز مباشرة من والى طرفى الاتصال .

---

(١) صلاح عبد المتعال ، مرجع سابق ص ١٥ .

٣ — توافر مراقبة مباشرة ومتبادلة بين المرسل والمتلقى نتيجة لتوافر عنصر المواجهة واختفاء الوسيط التكنولوجى ومحدودية العلاقة .

٤ — القدرة على انتقاء المتلقى والظرف الاتصالى عالية ، كما أن قدرة المعلومات المعطاة خلال عملية الاتصال عالية ايضا(١) .

٥ — حدوث ترجيع اثر فورى ومباشر فى الموقف الاتصالى حيث يستطيع المرسل ملاحظة نتائج اتصاله على المتلقين بصورة فورية ومباشرة .

٦ — توافر عنصر التلقائية والمرونة ، كما يصعب تجنب أو تفادى الاتصال الشخصى نتيجة لعلة احتمال توقع الأفراد لمحتواه وبالتالى قدرة هذا النوع من الاتصال على السيطرة على العمليات الانتقائية لدى الجمهور .

٧ — للرقابة الشخصية اهمية بالغة فى هذا النوع من الاتصال لا تقل عن المحتوى أو مضمون الاتصال ذاته ، وقد أوضح « لازر سفيلد » أن الناس يستطيعون جذب بعضهم البعض الى انشطة متنوعة نتيجة لعلاقاتهم الشخصية وعلى ذلك فان تأثيرهم يذهب الى ابعد من محتوى اتصالاتهم كذلك فان العلاقات الشخصية تستطيع احيانا أن تؤدى الى حصول الفرد على مكافآت معينة نتيجة لقبوله رسالة معينة او تؤدى الى العكس بأن تزيد من العقوبات التى قد تلحق به نتيجة عدم قبوله الرسالة .

ونتيجة للبساطة والتلقائية ، والرقابة الشخصية ، والترجيع الفورى والمباشر ، والمرونة ومحدودية أطراف التفاعل التى يتميز بها الاتصال الشخصى ، دأب العديد من خبراء الاتصال والاعلام الحديث عن فاعلية هذا الاتصال وقدرته البالغة على تغيير الاتجاهات ودفع الافراد لتغيير مواقفهم واتخاذ القرار فى الاتجاه الذى يريده المصدر أو مسئولوا التغيير وهو التصور الذى يفتقد الى التأييد الميدانى فى أحيان كثيرة ، ذلك أن الاتصال الشخصى شأنه شأن بقية انماط الاتصال الأخرى ، محكوم بواقع حضارى وسياقات اجتماعية معينة . فهذا الاتصال قد يتم السيطرة على عملياته وتوجيهها من قبل جماعات القوة والنفوذ فى المنطقة المحلية ، كما هو الحال فى الاتصال الجماهيرى ، كما أن امتلاك مؤهلات معينة لدى احد طرفى الاتصال(١) . قد يجعل الحوار المفترض انه يسير فى اتجاهين يسير فى اتجاه واحد من الأقوى على الاتصال الى الأضعف . وهذه الحالة الاخيرة هى التى يتسم بها الغالبية وبالذات فى المناطق المتخلفة — فمثلا الغالبية العظمى

---

(١) سامية محمد جابر ، **الاتصال الجماهيرى والمجتمع الحديث** ، الاسكندرية ، دار المعرفة الجامعية ، ١٩٨٤ ص ١٠٠ .

من القرويين فى مصر — وهـذا نتاج ملاحظـات ميدانيـة مبـاشرة — تفتقد الاستعداد لتكوين اراء حول المشـاكل والاحداث وبالذات البعيدة عن حياتهم اليومية المبـاشرة ، وعـادة ما يتردد على لسـان القروى عبارة « لا أعرف » حينمـا يسأل فى أى حوار مباشر او مناقشـة تتعلق بقضـية معينة . كمـا ينقص العديد منهم الاحساس بالقدرة على مجابهة وتغيير الاطار المجتمعى الذى يعيشون فيه . حيث تسود لدى غالبيتهم نزعة القبول والتقليد والاسـتسلام والطاعة وليس المجابهة والتحدى ، واذا كان ذلك يعود فى جانب منه الى ميراث تاريخى وواقع حضـارى يعيش فى اطـاره هؤلاء الافراد ، الا ان المهم هنـا أن مجتمعا لا يتوافر لد ىغالبية افراده القـدرة على الحوار والمشـاركة او الدخول فى علاقات اتصـالية ، فضـلا عن استغراقهم فى تدبير قوت يومهم من شـأنه التأثير على فاعلية قنـوات الاتصـال الشخصى او قدرتهـا على احداث التغيير .

بيد أن النقطـة الجديرة بالاشـارة هنـا أن التقـدم التكنـولوجى فى أدوات الاتصـال خاصة الادوات الصغيرة التى تستخدم حاليـا فى التخاطب اللاسلكى أو بأشرطة التسجيل الصوتية والمرئية الى غيرها من المسـتحدثات التكنولوجية ، كان له تأثيره الأكبر على قنوات الاتصـال الشخصى التقليدية حيث أصبحت هذه القنوات اكثر نشـاطا وفاعلية من ذى قبل ، كمـا دعمت من قدرة هـذه القنوات على مجابهة وتحدى قنوات الاتصال الاخرى وبالذات الاعلام الجمـاهيرى المركزى .

وأيا كان الأمر ، بشأن فاعلية الاتصـال الشخصى وكفاءته فى مجـال التغيير ، فان ثمـة اتفاق بين الباحثين على عدد من الافتراضات والقـواعد التى لها علاقة بكفـاءة هذا النمط من الاتصال وهى :

١ — للسـن والمركز الاجتماعى دور مهم فى زيادة فاعليـة الاتصـال المباشر حيث يميل الأفراد من ذوى العمر والمستوى الاجتماعى الواحد الى تبادل المعلومات مع بعضهم البعض .

٢ — كلمـا كان القائم بالاتصال أو المصدر جدير بثقة المتلقى أو المتلقين كلمـا لعب دورا تأثيريا مهمـا فى مجال نشر المعلومات والاقناع ، حيث ترتفع درجة تأثر أفراد الجمهور بمن هم اكثر خبرة وبمن يشعرون بصـدق وصـحة معلوماتهم .

---

(١) للوقوف على عرض مفصـل للمؤهلات الذاتية المطلوبة لكل من طرفى الاتصـال ، انظر :

جيهان رشتى ، الأسـس العلمية لنظريات الاعـلام ، مرجع سـابق ص ص ١٤٢ — ١٤٨ .

٣ — تقوم الأسرة بدور بالغ الاهمية فى الاتصال الشخصى وخاصة فى مراحل التنشئة الاجتماعية للاطفال وفى التفاعل مع بقية افراد الأسرة .

٤ — يؤدى التقارب دورا هاما فى عملية التفاعل والتأثير الشخصى وهو ينطوى على بعدين اولهما : التقارب المادى كالتجاور المكانى والقيام باوجه نشاط اتصالى مشابهة .

وثانيهما : التقارب الاجتماعى كالمركز الاجتماعى والاهتمامات أو اسلوب الحياة(١) .

٢ — الاتصال الجماهيرى :

الاتصال الجماهيرى ، هو الاتصال الذى يختفى فيه عنصر المواجهة أو التلاقى المباشر بين طرفى الاتصال ، وتتجه خلاله الرسالة الاعلامية لمخاطبة اعداد غفيرة وغير متجانسة من الجمهور . وعلى ضوء ذلك فان اية وسيلة او اداة يمكن استخدامها لتوصيل رسالة معينة الى أعضاء الجمهور على اختلاف مواقعهم او انتماءاتهم الاجتماعية والاقتصادية والفكرية تعتبر وسيلة جماهيرية كالراديو والتليفزيون والصحف والسينما والكتيبات واللافتات والملصقات وغيرها ويمكن اجمال ابرز الفروق التى تميز هذا النوع من الاتصال عن الاتصال الشخصى فيما يلى :

١ — العناصر المشتركة فى عملية الاتصال هنا أكثر كثافة وتعقيدا

فاولا : المتلقى ليس شخصا او عدة اشخاص او حتى آلاف الأشخاص وانما جمهور حاشد قوامه ملايين المستمعين والمشاهدين والقراء بحيث لا يتسنى للقائم بالاتصال ان يبلغ رسالته اليهم من خلال الاتصال المواجهى ويتعامل القائم بالاتصال مع الجمهور باعتباره جماعات وليس افراد كما هو الحال فى الاتصال الشخصى . كما ان اللغة المستخدمة فى الرسالة وموضوع الرسالة والتأثير المرغوب احداثه له صفة جمعية اكثر منها فردية وهذه الجماعات وكذا علاقة الاتصال مشتتة وغير متجانسة ولا تجمعها سوى اهتمام مشترك برسالة خاصة أو نوع من الرسائل

وثانيا : السمة الجمعية للمصدر او الطرف المرسل ، فهو هنا ايضا ليس فردا وانما جماعة منظمة تعمل فى اطار مؤسسة لها قواعدها وتنظيماتها وسياساتها التى تعمل من اجلها . بيد ان هذه الجماعة ، هى الأخرى ، قد تكون غير متجانسة وغير متماسكة على الأقل فى مدى فهم كل عضو فيها لسياسة المؤسسة وتوجهاتها الاتصالية .

---

(١) سمير حسين ، الاعلام والاتصال بالجماهير والرأى العام ، مرجع سابق ، ص ٩٨ .

والمشكل هنا ، انه بينما ينظر القائمون بالاتصال الى الجمهور نظرة جماعية او كلية ويتعاملون معه على هذا الاساس ، فان الجمهور ذاته لا تتوافر لديه عادة هذه النظرة عن ذاته ولا تأخذ استجاباته السمة الجمعية ليس فقط لافتقاد التنظيم او القدرة على التصور وغياب الوسيلة للاستجابة المباشرة ولكن ايضا لأن الشروط الاجتماعية للحصول على استجابة جمعية مفتقدة(١) . ويؤدى ذلك الى عدم توازن او اتساق العلاقة الاتصالية وميلها باستمرار ناحية المصدر والسير فى اتجاه واحد .

٢ — وجود وسيط تكنولوجى معقد فى عملية الاتصال ، وهذا الوسيط مصمم لتسهيل الاتصال فى اتجاه واحد ، فالصحيفة والمجلة ، والاذاعة ، والتليفزيون والسينما ... الخ لا تتيح التغذية العكسية او سريان المعلومات فى اتجاهين ، وهى فى افضل الاحوال تعتمد على الاستجابة الفردية عن طريق البريد ، او التليفون ، او الاتصال الشخصى ، او بحوث الجمهور ، التى عادة ما يكون هدفها تسويقى او ترويجى قبل اى شىء آخر .

ويترتب على وجود هذا الوسيط التكنولوجى فى الاتصال الجماهيرى آثارا عديدة فمن ناحية يوسع هذا الوسيط نطاق المسافة بين المرسل والمتلقى ويتيح للأخير فرصة الاحتكاك والتفاعل مع اطراف قد لا يستطيع الوصول اليها من خلال القنوات الشخصية ومن ناحية اخرى ، يؤدى وجود هذا «الوسيط» والتباعد بين المرسل والمتلقى (سواء كان تباعد اجتماعى او مادى) الى اثارة حالة من الغموض لدى المتلقى حول اهداف القائم بالاتصال مما يضيف مزيدا من عدم التوازن فى العلاقة بين الطرفين ، وفضلا عن ذلك ، فان هذا الوسيط او الفن التكنولوجى المستخدم فى هذه العملية يتميز بارتفاع التكلفة بل وبالسرية احيانا ، كما يتطلب مهارات خاصة ، وبالتالى فهو غير متاح لهؤلاء الافراد الغير قادرين على شرائه او على استخدامه ، ويتزايد عدد هؤلاء الافراد فى المجتمعات المتخلفة ، حيث يتزايد خضوع اجهزة الاعلام الى نسق القوة السائد فى هذه المجتمعات ، وحيث تدنى المستويات الاقتصادية والثقافية للغالبية من الافراد .

٣ — يفتقد الفعل الاتصالى فى الاتصال الجماهيرى ، الى خاصية المحاورة negotiability التى تميز الاتصال الشخصى وتجعله اكثر انطلاقا وتلقائية ، وعلى العكس نجد اطراف عملية الاتصال الجماهيرى — كما اشرنا من قبل — متباعدين عن بعضهم البعض بصورة مادية (مكانية) بل واجتماعية ايضا فى احيان كثيرة . والرؤية التى يشكلها كل طرف عن الطرف الآخر ، عادة ما تكون نمطية . فالقائم بالاتصال لديه رؤية نمطية عن

---

(١) انظر فى ذلك :

D. McQuail, Communication, Longman, New York, 1980 P. 165.

الجمهور ، والجمهور لديه رؤية نمطية تحدد توقعاته من أجهزة الاعلام . وكل طرف يقرر بصورة منفردة تحديد الظرف الاتصالى ، وادراك وتفسير معانى الرسالة على نحو مختلف فى أغلب الاحيان . ونتيجة لاختلاف التوقعات وتباين الاهتمامات وغياب الرقابة الشخصية والمواجهة ، تصبح الرسالة اكثر عرضة للتحريف واساءة التفسير والفهم وبالذات من جانب المتلقى الذى يعامل الرسالة ، كما لو كانت ، سلعة خاصة قام بشرائها ينفى عليها أو يضع بها ما يشاء وعلى طريقته الخاصة .

٤ — مع ان مضامين اجهزة الاعلام متاحة نسبيا وبصورة مشابهة لكافة افراد المجتمع على اختلاف مواقعهم الجغرافية والاجتماعية ، وان كل فرد يمكن من حيث المبدأ ان يكون متلقى لهذه المضامين الا ان المشاركة الفعلية من جانب اعضاء الجمهور ، ودخولهم اطرافا فى هذه العملية يتطلب بعض التعليم الاجتماعى ، وتوافر بعض الامكانيات الفنية والاجتماعية والثقافية والاقتصادية لدى اعضاء الجمهور ، والتى بدونها سوف تنعزل قطاعات غفيرة من الجمهور عن رسائل هذه الاجهزة .

٥ — ان الاتصال الجماهيرى قادر على انتاج رسائل وتوصيلها لاناس كثيرين فى اجزاء متباعدة فى الزمن واللحظة ، بل وحمل رسائل مختلفة لفئات متنوعة من الجمهور فى آن واحد(١) . ومن المؤكد ان اجهزة الاعلام تتباين فى هذه الناحية بتباين قدرات وامكانيات كل منها . حيث تعد الاذاعة مثلا اكثر نجاحا من الصحيفة فى نشر رسائلها فى المناطق التى ترتفع فيها معدلات الأمية كذلك ، فان الصحيفة تتميز بالقدرة على نشر رسائل ثابتة ودائمة وقادرة على ان تصل الى المتلقى فى الوقت الذى يلائمه .

واذا كنا قد ميزنا خلال العرض السابق بين نمطى الاتصال الشخصى والجماهيرى ، فان ذلك كان بهدف التحليل النظرى ، حيث يصعب من الناحية الواقعية ان يستأثر اى من هذين النمطين بالاتصال والتأثير ، كما يصعب ان يحقق وحده التأثير الاتصالى المستهدف بمعزل عن النمط الآخر(٢) .

هذه الرؤية التكاملية لنمطى الاتصال ، والتعاون والتنسيق بينهما مطلوب وبالحاح وبالذات فى المجتمعات النامية من اجل تنمية ثقافية افضل ومساهمة فعالة وايجابية من جانب نسق الاتصال فى هذه التنمية(٣) . اذ لا يجوز — كما هو مشاهد حاليا فى العديد من هذه المجتمعات — أن

---

(١) عبد الغفار رشاد ، دراسات فى الاتصال ، مرجع سابق ص ١٩ .
(٢) سمير حسين ، الاعلام والاتصال بالجماهير والرأى العام ، مرجع سابق ص ١١٦ .
(٣) صلاح عبد المتعال ، مرجع سابق ص ١٧ .

أن تعزز الأسرة مثلا قيما ومعايير اجتماعية وانسانية يناقضها الاعلام الجماهيرى ويهدمها فى نفس اللحظة . والأمثلة على ذلك كثيرة ومتعددة منها مثلا ، دعوة الدين الى تحريم الخمور ونبذ المحرمات بينما بطل القصة تليفزيونى أو السينمائى لا يكون بطلا الا اذا كان عفيفا وشاربا للخمر ماهرا فى اغراء النساء . وفى حين يدعو أستاذ الجامعة طلبته للتسامح فى الحوار وحرية ابداء الرأى تنقل صور من مسرح الحياة السياسية على شاشة التليفزيون فى جوهرها اهدارا لحرية الرأى ومظهرها الممارسة المزعومة للديمقراطية .

وهكذا ، فان النظرة الحديثة لفهم الواقع الاتصالى فى المجتمع ، هى رؤية هذا الواقع من منظور مدى التفاعل والانسجام بين نمطى الاتصال الجماهيرى والشخصى وتأثيرهما النسبى معا فى المواقف الاتصالية المختلفة بطريقة تكاملية وليس مجرد تأثير أحدهما وغياب الآخر ، أو الحديث عن قدرات هذا النمط وضعف الآخر ، كما كان الحال من قبل ، ومن المؤكد أن تحقيق هذا التفاعل والانسجام ، يتطلب أول ما يتطلب تحقيق الاتفاق بين النسق الفكرى والايديولوجى لكل منهما ، أو على الأقل عدم تناقضهما فى المجتمع الواحد .

الفصل الثانى

دراسة عملية الاتصـــال

الفصـــل الثانى

دراســـة عملية الاتصـــــال

مقـــدمة :

اظهر العرض الســـابق أن الاتصـــال بنمطيه الشخصى والجمـــاهيرى عملية دينامية ومعقدة ويتزايد تعقيد هذه العملية وتتشابك مكوناتها عند مستوى الاتصال الجماهيرى ، حيث تتسم علاقات التفاعل عند هـــذا المستوى بالكثافة وشدة الغموض ، ولمـــا كانت دراسة هذه العملية واخضاعها للبحث والتحليل امرا مهمـــا للمشتغلين بالنشـــاط الاعلامى بغية فهم طبيعة عملية الاتصـــال واستخدامها بالكفـــاءة المطلوبة لجـــا البـــاحثون فى مجـــال الاتصـــال الى استخدام فكرة النموذج (Model) من اجل تحليل مكونات عملية الاتصال وفهم المتغيرات الفاعلة فيهـــا بصورة اكثر دقة وتنظيما .

ونموذج الاتصـــال هو وصف تصورى مبسط يقدمه الباحث فى شـــكل مخطط لعملية الاتصـــال فى لحظة زمنيـــة معينة بمعنى آخر هو محاولة لتجميد عمليـــة الاتصال فى لحظة زمنيـــة وتقديم وصف للعناصر الاساسية الفاعلة التى يفترض وجودها فى هذه العملية . ويعبر كل نموذج بذلك عن الرؤية الخاصة للفرد الذى قام ببنائه ، لمـــا يتصور بانه المتغيرات الهامة والفاعلة فى عملية الاتصـــال التى يقوم بدراستها(١) . وقد اوضح «كارل ديوتش» عدة مهام يقوم بها النموذج عنـــد دراسة عمليـــة الاتصـــال(٢) . فأولا : يســـاعد النموذج فى تنظيم وربط اطراف عملية الاتصـــال بعضها البعض مما يســـاعد على تقديم رؤية كلية لم يكن يتسنى للدارس ادراكها بدون هذا الترتيب والربط. **وثانيـــا** : يساعد النموذج فى توجيه الدارس الى العناصر الرئيسية فى عملية الاتصـــال التى ينبغى التركيز عليهـــا وفهم تأثيراتها من اجل الســـيطرة على مخرجات العملية . **وثالثا** : مساعدة الدارس على التنبؤ بنتائج عملية الاتصال وبلورة بعض الافتراضات المحتملة لمخرجات هذه العملية .

---

(١) من المؤكد أن هذه الرؤية لا تنبع من فراغ ، ولكنها حصـــيلة جهـــد عقلى وخبرات وابحاث وتجارب .. قام بها الباحث فى هذا المجال .

(٢) انظر فى ذلك :

K., Deutsh, on Communication Models in the Social Sciences, Public opinion Quarterly, 1966, P. 2.

وقد نجح باحثو الاتصـــال فى تقديم العـــديد من النمـــاذج والتصورات النظرية بلغت وفق تقدير احد المصـــادر خمســـون وصـــفا مختلفـــا للعملية الاتصالية(١) واللافت للنظر ،ان معظم هذه النمـــاذج ان لم يكن جميعها قد جاء حصـــاد ابحاث ودراسات اجريت على واقع عملية الاتصـــال فى المجتمعات الغربية وقام بهـــا باحثون ينتمون الى هذه المجتمعات ، واقتصر الاسهام العربى فى هذا المجال على محـــاولة الترجمة والنقـــل ، وانعدمت او كادت محاولات التنظير المحلى الخالصة لفهم واقع عمليـــة الاتصـــال فى المجتمعات العربية ، وغابت حتى الرؤية النقدية لمـــا هو منقـــول أو مترجم وبدا الأمر هنـــا كمـــا لو كانت هذه النمـــاذج والتصورات المنقولة مسلمات تصلح لفهم وتحليل عملية الاتصـــال فى مجتمعاتنا رغم شـــدة تباين واقع عملية الاتصـــال لدينـــا عن نظيرتها فى المجتمعات الغربية ، على الأقل بفعل تباين المنـــاخ الثقافى والواقع الحضـــارى بين المجتمعات العربية والمجتمعات الغربية .

وفى اطار غيبة محـــاولات التنظير لواقع عمليـــات الاتصال فى المجتمعات العربية ، وافتقار الميـــدان الى البيانات الواقعية والدقيقة التى تصلح كقاعدة تساعد فى هذا المجال ، فلا مفر امامنـــا هنـــا من استعراض عدد من النماذج والتصورات النظرية الغربية لعمليـــة الاتصـــال من منظـــور نقـــدى تحليلى يوضح جوانب القوة والضعف فى هذه النمـــاذج ، وبمـــا يتيح لنـــا فى النهاية الاستفادة من جوانب القـــوة فى هذه التصـــورات فى تطوير رؤية نظرية اكثر ارتباطا بواقع المجتمعات العربية . ويحدد اختيارنا للنمـــاذج المطروحة هنـــا عدة اعتبارات منهـــا : تمثيل المراحل التاريخية التى مرت بها ابحاث الاتصال والرؤية التكاملية التى يعكسها النموذج لعملية الاتصال بنمطيهـــا الشخصى والجمـــاهيرى ، واهمية الأفكار والمعلومات التى يطرحها التصور وما يحمله من حقائق ومتغيرات جديدة تســـاعد فى فهم افضل لعملية الاتصال بعبارة اخرى يتناول هـــذا الفصل مناقشة العنصرين التاليين :

١ — عملية الاتصال (رؤى اجنبية) .

٢ — عملية الاتصال (رؤية محلية) .

اولا : دراسة عملية الاتصال (رؤى اجنبية):

١ — نموذج شـــانون وويفر : (Shannon & Weaver)

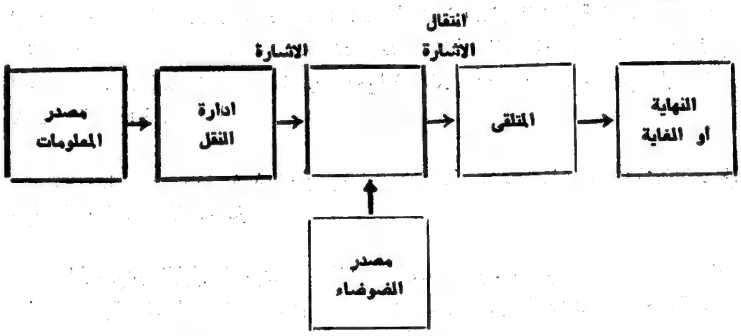
يعد نموذج « شانون وويفر » عن عملية الاتصـــال من النماذج الأوليـــة

---

(١) طلعت منصـــور ، **سيكولوجية الاتصال** ، عالم الفكر ، العدد الثانى، سبتمبر ، ١٩٨٠ ص ١٠٤ .

الأساسية التى نمت منهـا دراسات الاتصـال . ويعكس هذا النموذج وجهة النظر التى تنظر الى الاتصـال بوصـفه عملية خطية يتم فى اطارها نقـل الرسـالة من المصـدر الى المتلقى . وقد بلور الباحثان رؤيتهما عن الاتصال خلال الحرب العالمية الثانية ، حيث تركز اهتمامهما الاساسى فى محاولة السعى لتطوير فاعلية قنـوات الاتصـال وتحديدا الراديو والتليفون لتصـبح اكثر كفاءة فى نقـل الرسـائل واثارا فى ذلك بعض التساؤلات ، كيف يمكن نقـل اقصى كميـة ممكنـة من المعلومات عبر القنـاة أو الوسيلة الاتصالية ؟ وكيف يمكن قيـاس قدرة الوسيلة فى حمل المعلومات وتناقلها بين المصدر والمتلقى ؟ ويبدو أن تركيز «شانون وويفر» على دراسة الوسيلة وقدرتهـا على حمـل المعلومات يعود الى خلفيتهما الهندسية الرياضية ، ومع ذلك فقد اشارا الى أن نظريتهم فى الاتصال يمكن تطبيقها بصورة واسـعة على كل سـؤال يتعلق بالاتصال الانسانى(١) .

ويصور النموذج العنـاصر الأسـاسية لعملية الاتصـال فى الشـكل التـالى :



(تصور شانون وويفر لعملية الاتصال)

ووفقا لهذا التصور تتحدد العناصر الاساسية فى عملية الاتصـال على النحو التـالى :

مصدر ، وأداة ، ورسالة ، ومتلقى ويضـاف الى ذلك عنصر آخر دخيل هو الضـوضاء ، أو التشويش وفى اطار هذه العناصر تسـير العمليـة على النحو التـالى :

---

(١) Shannon, C. & Weaver, W., The Mathematical Theory of Communication, Urbana University of illinois Press, 1964.

المصدر ، وهو صانع القرار ، يقوم بتحديد الرسالة التى يرغب فى ارسالها . هذه الرسالة تأخذ طريقها الى المتلقى عبر اداة اوقناة تتحول خلالها الى اشارة ، وفى مرحلة النقل هذه قد تتعرض الاشارة الى بعض الضوضاء او التشويش مما يؤثر على فك رموزها وبالتالى فهمها لدى المتلقى .

وتعرف الضوضاء Noise هنا على انها اى شىء يضاف الى الاشارة بين نقلها واستقبالها ، وهو الشىء الذى لا يقصده المصدر او يرغب فيه . بعبارة اخرى يعنى مفهوم الضوضاء او التشويش وفقا لتصور «شانون وويفر» اى اشارة تتلقى ولا ينقلها المصدر وتزيد من صعوبة فهم المتلقى للمعنى الحقيقى للرسالة . وقد ميز الباحثان هنا بين نوعين من التشويش : تشويش المعانى والتشويش الفنى ، ويتحدد تشويش المعانى ، فى اى تحريف للمعنى الصحيح فى عملية الاتصال والتى لا يقصدها المصدر وتؤثر على فهم المتلقى للرسالة فى الاتجاه الصحيح . اما التشويش الفنى او الميكانيكى ، فيعنى اى تدخل فنى او تغير يطرأ على ارسال الاشارة فى رحلتها من مصدر المعلومات الى المتلقى مثل حدوث فرقعة اثناء ارسال الاشارة او صدور أزيز طائرة ، او ضعف حاسة السمع عند المتلقى ، او اذا كان نطق الحروف لدى المصدر غير سليم الى غيرها من العوامل التى قد تتداخل وتؤثر على تلقى الرسالة بدقة .

وبهذا الفهم حدد « شانون وويفر » ثلاثة مستويات من المشكلات فى دراسة عملية الاتصال :

المستوى الأول : ويتعلق بالمشكلات الفنية حيث تتحدد المشكلة الاساسية هنا فى كيفية نقل رموز الاتصال بصورة دقيقة وصحيحة .

المستوى الثانى : وهو الخاص بمشكلات المعانى اذ كيف تقوم الرموز المنقولة بنقل المعانى المطلوبة الى المتلقى بصورة دقيقة .

والمستوى الثالث : ويتعلق بالآثار والنتائج المترتبة على الاتصال حيث تتحدد المشكلة الاساسية هنا فى كيفية تأثير المعانى المستقلة بفاعلية فى السلوك وذلك فى الاتجاه المطلوب من جانب المصدر .

واذا كان يسهل فهم المشكلات الفنية الخاصة بالاتصال والتى يبدو ان النموذج قام اساسا لمحاولة فهمها وتحديدها ، الا ان المشكلات الخاصة بالمعانى ، وان كان من السهل تحديدها وحصرها ، الا انه ليس واضحا كيف يمكن معالجتها . وقد تم « شانون وويفر » حلا قاصرا لهذه

المشكلات فلديهما ، تتضمن المعانى فى الرسالة وبالتالى فان تحسين صياغتها وتجويدها سوف يزيد من المعانى الصحيحة ، ويقلل من التحريف المحتمل لهذه المعانى لدى المتلقى ، وهو الحل الذى يتجاهل دور العوامل الثقافية وتأثيرها فى تكوين المعانى وفى فهمها بصورة صحيحة لدى طرفى الاتصال(١) .

وتشير المشكلات الخاصة بالتأثير الى ان « شانون وويفر » ينظران الى الاتصال باعتباره نشاط دعائى وموجه ، بحيث ان المصدر يتصل بفاعلية مع المتلقى ، عندما المتلقى يستجيب بالطريقة التى يرغبها المصدر . وقد أوضح الباحثان ، ان المستويات الثلاثة من المشكلات ليست قائمة بذاتها ولكنها متداخلة ويعتمد كل منها على الآخر وانها معا مطلوب دراستها وفهمها من اجل تحسين كفاءة الاتصال وتحقيق فاعليته .

وقد لفت « شانون وويفر » نظرنا الى نقطتين اساسيتين تتعلق احدهما بالمصدر والاخرى بالمتلقى :

الأولى : مقدار المعلومات لدى المصدر والتى تتيح له حرية الاختيار .

والثانية : هى عدم اليقين او نقص المعرفة لدى المتلقى بالرسالة وحاجته اليها ، ووفقا لتصور « شانون وويفر » ، فانه لكى يصل الموقف الاتصالى الى وضعه الأمثل ، فانه ينبغى أن تتوافر للمصدر والمتلقى نفس الامكانيات فعدم يقين المتلقى حيال الرسالة التى تم ارسالها مساو تماما لحرية المصدر فى الاختيار اثناء اعداد الرسالة . او بعبارة اخرى ينبغى توافر حرية الاختيار للمصدر ، وعدم اليقين لدى المتلقى وفى هذه الحالة يصبح هدف المعلومات التى قام المصدر باختيارها ازالة عدم اليقين او الغموض الذى يشعر به المتلقى .

ومع وجاهة هذه التصورات ، وبالذات ما يرتبط منها بالمشكلات التى تحيط بنقل الرسالة ومفهوم حرية الاختيار لدى المصدر وعدم اليقين لدى المتلقى ودورها فى دعم كفاءة الاتصال ، الا ان النموذج فى حد ذاته يتجاهل عناصر اساسية فى عملية الاتصال . فمن ناحية يقدم النموذج عملية الاتصال بوصفها عملية خطية تسير من المصدر الى المتلقى ويتجاهل هنا عنصر التغذية المرتدة التى تميز عملية الاتصال بوصفها عملية تفاعلية ومن ناحية اخرى ، لا يوضح النموذج العوامل الفاعلة فى تحديد حرية الاختيار لدى المصدر او عدم

---

(١) انظر فى ذلك :

John fiske, Introduction to Communication studies, Methuen, London, 1982, P. 8.

اليقين لدى المتلقى لكى يتوازن الموقف الاتصالى ويصبح فى وضعه الأمثل،وبدت عملية الاتصال كما لو كانت منعزلة عن السياق الاجتماعى والثقافى الذىتعملفيه مما أضعف من كفـــاءة النموذج وقدرته على فهم وتحليل عملية الاتصال بصورة أفضـــل .

٢ — نمـــوذج لاســـويل (Lasswell's Model) :

يعد نموذج لاسويل من النماذج الأولية التى سعت الى تفســـير عمليـــة الاتصـــال الجماهيرى ، وقد اكتسب النموذج على بساطته الشديدة شـــهرة واسعة حتى لا يكاد يخلو مرجع واحد فى دراسات الاتصال دون اشـــارة الى تصور لاسويل لعناصر عمليـــة الاتصال الجمـــاهيرى(١) ووفقـــا لهذا التصور يرى لاسويل ، اننا لكى نفهم عمليـــات الاتصال الجمـــاهيرى فنحن فى حاجة لدراسة كل مرحلة من مراحل هذه العملية وفقا للعناصر التالية :

من ؟ يقول ماذا ؟ وباى وسيلة ؟ لمن ؟ وباى تاثير ؟

وواضح أن هذه العنـــاصر الخمســـة لعملية الاتصـــال الجمـــاهيرى لا تخرج كثيرا عن العناصر التى ســـبق أن طرحها «شانون وويفر» فما زالت العملية هنـــا ، كما هو الحال فى نموذج « شانون وويفر» تفهم باعتبارها عملية خطيـــة (Liner) يتم فى اطارها نقل رســـالة من المصدر الى المتلقى ، عبر وســـيلة معينة . على أن الاضافة التى يلفت لاسويل نظرنا اليها هى ذلك الجانب المتعلق باثر نقل الرسالة على المتلقى أو عنصر التاثير Effect والذى يعنى كمـــا حدده « لاسويل » اى تغيير يمكن ملاحظته وقياســـه لدى المتلقى والذى تسببه العناصر المتداخلة فى العملية ، وقد اوضح لاسويل أن اى تغـــير فى احد هذه العنـــاصر من شأنه احداث تاثير فى العناصر الاخرى وبالتالى التاثير على نتائج عملية الاتصـــال . فاذا جرى مثلا تغيير القائم بالاتصال ، أو طريقة صـــياغة الرســـالة ، أو القنـــاة المستخدمة فى نقل الرسالة ، فان ذلك يؤدى الى تغيير فى درجة التاثير على المتلقى .

---

(١) يوجد العديد من الدراسات المحليـــة التى تاثرت بتحليلات لاســـويل لعملية الاتصال الجماهيرى . انظر على سبيل المثال الدراسات التالية :

— حامد ربيع ، فلسفة الدعاية الاسرائيلية ، مركز أبحاث منظمة التحرير الفلسطينى ، بيروت ، ١٩٧٠ .

— عبد القادر حاتم ، الاعلام والدعاية ، الانجلو المصرية ، القـــاهرة ، ١٩٧٢ .

— يوسف مرزوق ، مدخل الى علم الاتصال ، دار المعرفة الجامعية ، الاسكندرية ، ١٩٨٨ .

وتعكس صيغة «لاسويل» بالصورة المقدمة عدد من الافتراضات الجديرة بالاشارة هنا وهى :

١ — ان المصدر فى عملية الاتصال يمارس نشاطه بقصد التأثير على المتلقى .

٢ — ان عملية الاتصال الجماهيرى فى اساسها عملية دعائية تهدف الى اقناع المتلقى بوجهة نظر المصدر .

٣ — ان الرسائل التى تحملها اجهزة الاعلام الى المتلقى لها دوما تأثيرات فاعلة على المتلقين .

ومن المؤكد ان فهما افضل لعملية الاتصال الجماهيرى فى المجتمع لا يمكن ان تقام على مثل هذه التصورات المفرطة فى بساطتها لعملية بالغة التعقيد والتشابك(١) . فمع ان تساؤلات لاسويل الخمسة توجه انتباه دارسى الاتصال الى العناصر البارزة فى عملية الاتصال ، الا انها تفرط فى تبسيط درجة التداخل والتعقيد فى هذه العناصر . فالمصدر (من) ليس فردا وانما افراد بل مؤسسة كاملة لا قواعدها وتنظيماتها وعلاقاتها بالمجتمع التى هى جزء منه تؤثر وتتأثر به . والمتلقى ليس فردا وانما جماهير غفيرة ومتباينة ، كما ان القنوات والرسائل متعددة ومتنافسة وان التأثير ليس بالضرورة شرطا ملازما لكل عمليات الاتصال الجماهيرى الذى يحكم احداثه لدى المتلقى متغيرات عديدة ، فضلا عن صعوبة قياسه وفقا لتعريف لاسويل (التغير الذى يمكن ملاحظته على المتلقى) حيث ان غالبية تأثيرات الاتصال الجماهيرى ، تأخذ — عادة — صفة تراكمية وليست انية كما يتصور «لاسويل» .

لقد اهتم «لاسويل» كعالم سياسى بدراسة الاتصال السياسى ، وبالذات النشاط الخاص بالدعاية . وقد انعكس ذلك على تصوره لعملية الاتصال واقتصار رؤيته لها على انها عملية خطية ودعائية تهدف الى التأثير على المتلقى واقناعه بوجهة نظر المصدر ، مما عرض النموذج لانتقادات شديدة من جانب بعض الباحثين الذين اقاموا انتقاداتهم على اساس تجاهل النموذج لعناصر هامة وفاعلة فى عملية الاتصال الجماهيرى منها(٢) :

---

(١) راجع انتقادا مفصلا لنموذج لاسويل فى المرجع التالى :
Braddock, R., Extension of the Lasswell formula, Journal of Comm., 1958, PP. 88 — 93.

(٢) أحمد بدر ، الاتصال بالجماهير بين الاعلام والدعاية والتنمية ، الكويت ، وكالة المطبوعات ، ١٩٨٢ ص ٦٠ .

الموقف الاتصـــالى العام ، الهدف الذى تسعى الى تحقيقة عملية الاتصـــال ، ورجع الصـــدى من المتلقى الى المصدر ، والاطار الدلالى أو الخبرة المشتركة بين طرفى الاتصـــال .

٣ — نموذج جيربنر : (Gerbner's Model)

يتميز نموذج جيربنر الذى يعمل أستاذا للاتصـــال فى جامعة بنسلفانيا بالولايات المتحدة ، بالتركيز على ربط الرسالة بالواقع والتـــأكيد على عمليات الادراك ومعانى الرموز وطريقة تشكلها أو فكها لدى كل من طرفى الاتصال . ويرى « جيربنر » أن نموذجه للاتصـــال له صفة العمومية فى التطبيق من حيث انه يجذب الانتبـــاه الى تلك العنـــاصر الفاعلة فى كل فعل اتصالى(١) .

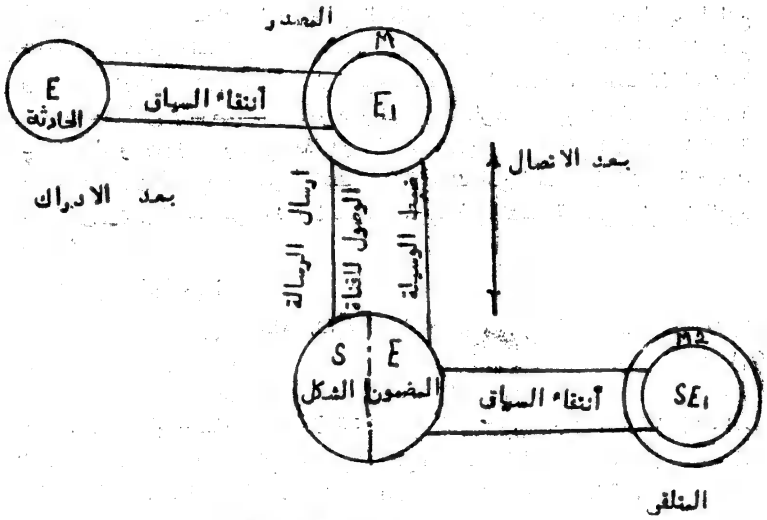
واذا نظرنا الى شـــكل النموذج ، فانه يبدو لأول وهلة ، أكثر تعقيـــدا من نموذج « شانون وويفر » ، بيد ان امعان النظر فى النموذج يكشف أنه ما زال يعبر عن الرؤية الخطية لعملية الاتصـــال كمـــا هـــو الحـــال فى نموذجى « شانون وويفر ولاســـويل » . حيث تســـير عمليـــة الاتصـــال على النحو التـــالى :

شخص ، يدرك واقعـــة ، فى سياق معين ، يحدث تفاعل بطريقة ما يتشكل تصور ، بشـــكل محدد ، وســـياق ، لنقـــل النص بترتيب معين الى شخص آخر ، يدرك النص فى سياق معين ويعكس الشكل التـــالى تصـــور جيربنر لهذه العمليـــات :

---

(١) انظر :

Denis McQuail and Sven Windahl, Communication Models Longman, London, 1981, P. 18.



(تصور جيربنر لعملية الاتصـــال)

وقد أوضح جيربنر ان عملية الاتصال تتضمن بعدين اساسيين :

الأول : بعد الادراك والفهم « البعد الأفقى » .

والثـــانى : بعد الاتصال والتعامل مع الوسيلة (البعد الرأسى) .

١ — البعد الأفقى :

وفيه تبدأ العملية بالواقعـــة او الحـــادثة (E) التى يتم ادراكهـــا بواسطة (M) او المصدر ، ولدى جيربنر فان (M) يمكن ان يكون انسان او آلة مثل الكاميرا او الميكرفون ، وادراك المصـــدر (M) للحادثة (E) هـــو ادراك (E_1) وهذا هو البعد الادراكى فى بداية العملية ، وتحول (E) الى (E_1) يعنى ان المصدر لا يتمكن من ادراك كل ما يحيط بالواقعة حتى ولو كان هذا المصدر آلة ، فان تصويرها للحادثة يتأثر ايضـــا بمدى فنيتهـــا وقدرتها المـــادية ويصبح الادراك اكثر تعقيدا فى حالة ما اذا كان (المصدر) انسانا ، حيث يعتبر الادراك الانسانى للمثيرات ادراك مبســـط ، ولكن هو عملية من التفاعل والمحاورة ، وما يحدث فى الواقع هو اننا نحاول المواءمة بين المعنى الظاهرى للرمز او المؤثر الخارجى والمعنى الباطنى له لدينا وعندما تتم هذه المزاوجة ندرك شيئا ما ونعطيه معنى معين .

وهكذا ، فان المعنى فى هذا الســـياق يتحدد على ضـــوء المزاوجة بين

الرمز الخارجى (الحادثة) والمعانى الباطنية لدى المصدر ، حيث يلعب الدافع للفهم او التنظيم هنـــا دورا كبيرا . على أن الأمر المهم هنـــا هو أن هذا الفهم وتنظيم المدركات لدى الفرد يتأثر بقوة بالثقافة السائدة ، وانمـــاط التنشئة الاجتماعية التى يتعرض لها الأفراد والتى فى اطارها تتطور المعانى الباطنيـــة للأشـــياء والرموز ، ويعنى هذا أن الأفراد الذين ينتمون الى ثقافات مختلفـــة سوف يدركون الواقع بصورة مختلفة . فالادراك اذن ليس عملية نفسية تحدث داخل الفرد وانمـــا هى أيضا مســـالة مرتبطة بالثقـــافة التى يخبرها الفرد ويعايشها .

٢ — البعد الراسى :

فاذا انتقلنا الى المرحلة الثانية أو البعد الراسى فى العملية فانه يتم عندما يرغب المصدر فى ارسال ادراكه للحادثة (E) الى شخص آخر ويســـتعمل « جيربنر » كود (SE) وهو يرمز الى ما نطلق عليه عـــادة الرسالة ، التى هى اشـــارة أو بيـــان عن الحادثة والدائرة التى تعبر عن الرسالة فى النموذج تنقســـم الى جانبين (S) وتشير الى الجانب الاول منهما بمعنى الشـــكل الذى تأخذه الرسالة ، فى حين تشير (E) الى مضمون الرسالة .

ومن الواضح أن المضمون المقدم أو (E) يمكن أن ينقل بعدة طرق مختلفة حيث يوجد العـــديد من الطرق التى يمكن الاختيار من بينها . ويعد انتقاء أفضل شكل بالنسبة للحادثة (E) واحدا من الاهتمامات الملحة للقـــائم بالاتصال . ويؤكد جيربنر أن (SE) مفهوم موحد وليس مجالين منفصلين ، يتفاعلان معا ، حيث أن انتقاء (S) سوف يؤثر بوضوح على تقـــديم (E) الحادثة . وهكذا يوضح جيربنر أن العلاقة بين الشـــكل والمضمون هى علاقة دينامية وايجابية ولا يمكن الفصـــل بينهمـــا ، وفى ذلك يوجه «جيربنر» انتقادا حادا الى نموذج « شانون وويفر » الذى يؤكد أن مضمون الرسالة يوجد بصورة مستقلة ، ويرى « جيربنر » أن الرســـالة لا يمكن أن توجد قبل تشكيلها ووضعها فى شكل معين أو فى كودها ، وتعد عملية التشـــكيل هنا عملية ابداعية وخلاقة وقبلها فقـــط يوجد الدافع . والحاجة للتشـــكيل ليست فكرة قبلية سابقة لوجود المضمون الذى يتطلب أن يوضع فى كود . بمعنى آخر ليس هنـــاك مضمون قبل التشكيل ولا تشـــكيل قبل المضمون ، ومحاولة الفصل بين الاثنين هى محاولة فاشـــلة ومشـــكوك فيها .

وفى هذا الجانب الاتصـــالى ، يعد الانتقاء عملية مهمة تمـــاما ، مثلمـــا هو الحال فى الجانب الأفقى من العملية ، فهناك أولا : انتقاء وسيلة أو قنـــاة الاتصـــال ، ثم هنـــاك انتقـــاء من جانب المدرك (E_1) حيث لا يؤدى هـــذا المدرك اســـتجابة كاملة وشـــاملة بالدقة المطلوبة خـــلال عمليـــات الانتقـــاء والاختيار التى يقوم بها المصـــدر وتصبح احتمالات التشويه واردة .

كذلك ، ووفقا لتصور « جيربنر » ، فان هذا الجانب الراسى من العملية ،

يتضمن مفهوم القدرة على الوصول الى القناة أو الوسيلة الاعلامية ، حيث يعد هذا المفهوم من المفاهيم المحورية التى تثار حولها مناقشات واسعة فى الوقت الراهن(١) . حيث تتباين قدرات الافراد وفقا لمراكزهم الاجتماعية واوضاعهم الاقتصادية فى الوصول الى وسائل أو قنوات الاتصال .

واذا كانت بعض الدول أو الحكومات ، تتجه — عادة — الى فرض سيطرتها على عملية الاتصال الجماهيرى ، وبالتالى تحد من قدرة الافراد على استخدامها أو المشاركة فيها ، فان الامر لا يختلف أيضا على مستوى الاتصال الشخصى ، حيث قد يمارس المدير المتسلط أو المدرس فى الفصل تأثيرا كبيرا ويحد بالتالى من قدرة الآخرين على ممارسة الاتصال ، وذلك بالحد مثلا من قدرتهم على الحديث . والأب المتسلط أيضا سوف لا يسمح لأطفاله أن يتحدثوا قبل أن يتحدث ، وهو فى ذلك يتشابه مع الكثير من الحكومات فى الانظمة الشمولية ، عندما لاتسمح فقط الا للرواية الرسمية للاحداث فى الظهور على شاشات التليفزيون .

وفى المرحلة الثالثة من العملية ، فان المتلقى (M^2) يقوم بادراك اشارة أو بيان عن الحادثة . وكما هو واضح من قبل ، فان معنى الرسالة لا يكمن فى الرسالة ذاتها ولكن هو نتيجة التفاعل والحوار بين المتلقى والرسالة فالمتلقى لديه مجموعة من الاحتياجات والاهتمامات والمفاهيم المنبثقة من ثقافته، وعلى ضوء هذه المفاهيم تتأثر طريقة ادراك المتلقى للرسالة ، كذلك فان الرسالة ذاتها قد تحمل معانى عديدة ، يحتمل أن تفهم بطرق مختلفة .

ومحصلة التفاعل والحوار بين المتلقى والرسالة هو ما يدركه المتلقى ويفهمه من الرسالة ، ويثير « جيربنر » هنا مفهوم «انتقاء السياق» الذى يرادف مفهوم امكانية الوصول للقناة فى البعد الرأسى ، حيث يساعد هذا المفهوم فى تحديد ما يتم ادراكه بالفعل من قبل المتلقى . ويتولى مهمة انتقاء السياق الملائم المصدر أو القائم بالاتصال ، وعليه فى هذه الحالة تحديد كيفية نقل الرسالة وكذا لمن سوف يوجهها اليه .

وايا كان الأمر ، فان نموذج جيربنر ما زال مجرد تطوير جيد لنموذج « شانون وويفر » ، حيث ما زال ينظر هو الآخر الى عملية الاتصال بوصفها عملية خطية يتم فى اطارها نقل الرسالة من المصدر الى المتلقى ، والتطوير الذى يضيفه هنا يكمن فى اهتمامه ببحث ما يحدث وراء العملية نفسها وحديثه فى ذلك عن الواقعة أو الحادثة (E) ومسألة المعنى والادراك ، وحتى عند هذا المستوى ، فان النموذج يتجاهل مناقشة المشكلات الخاصة بكيفية تولد المعانى ، والعوامل المؤثرة فى ذلك وبالذات ما يتعلق منها بالبناء الاجتماعى

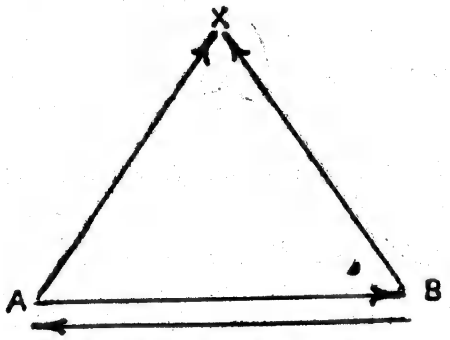
---

(١) انظر فى ذلك :
John fiske, introduction to Communication studies, Op. Cit., P. 21

والثقافة السائدة . وكذلك فان جيربنر يتناول موضوع شكل الرسالة او الكود المستخدم فى تقديم المضمون كحقيقة مسلم بها ، بينما انصار مدرسة الظواهر قد يجدون أن الرسالة هى الوسيلة على حد وصف مارشال ماكلوهان(١) . كما وقع جيربنر فى خطأ افتراض أن كل العمليات الأنفية متشابهة حيث من المؤكد أن ادراك المتلقى للرسالة ليس هو نفس ادراك المصدر للحادثة ، فالمتلقى ليس آلة صماء يستجيب بنفس الطريقة لمشاهدة فيلم تليفزيونى حول حادثة معينة كما لو كان مشاهدا لهذه الحادثة فى الواقع الفعلى فالرسالة بطبيعتها تشكلت او صيغت بطريقة مختلفة عن الواقعة الحية وبالتالى توجه استجاباتنا بصورة معنية .

نموذج نيوكومب : (New Comb's Model)

قدم « نيو كومب » نموذجا مختلفا تماما عن النماذج الخطية السابقة حيث يأخذ النموذج شكل مثلثى كما يبدو من الشكل التالى(٢) :



(تصور نيو كومب لعملية الاتصال)

والنقطة الأساسية الجديدة فى النموذج هى الاهتمام بدور الاتصال فى المجتمع وفى تحديد العلاقات الاجتماعية . وتتحدد نظرة « نيو كومب » لوظيفة الاتصال فى الحفاظ على التوازن داخل النسق الاجتماعى والعناصر الأساسية فى النموذج تبدو كما يلى :

(A) و (B) هما المرسل والمتلقى . وقد يكونا أفرادا أو اتحادات

---

(١) راجع عرضا مفصلا لوجه نظر ماكلوهن فى هذا المجال فى : جيهان رشتى ، الاسس العلمية لنظريات الاعلام ، مرجع سابق ص ص ٣٨٤ — ٣٩٦ .

(١) انظر فى ذلك :

Denis McQuail and Sven Windahl, Op. Cit., P. 31.

او الحكومة والناس (X) هى جزء من البيئة الاجتماعية لكل من المرسل والمتلقى ويشكل (X.B.A) نظام تتداخل علاقاته الداخلية . فاذا تغير اى من اطرافه تغيرت بقية الاطراف وتعمل المكونات الاساسية للنظام على النحو التالى :

١ — توجه (A) نحو (X) يتضمن الاتجاه نحو موضوع أو هدف يمكن الاقتراب منه أو تفاديه يحكمه فى ذلك بناء القوة والثقافة السائدة . وكذا الخصائص المعرفية (المعتقدات والبناء المعرفى) .

٢ — يتوجه (A) نحو (B) بنفس المعنى عن الموضوع أو الحدث .

٣ — يتوجه (B) نحو (X) .

٤ — يتوجه (B) نحو (A) .

ويرى «نيو كومب» انه من المهم ان يكون لدى المرسل والمتلقى اتجاهات متشابهة نحو الموضوع (X) فاذا تحقق ذلك ، فان النظام سوف يكون فى توازن . اما اذا لم يكن لديهما اتجاهات متشابهة نحو (X) فانهما سيكونان تحت ضغط للاتصال حتى يصلا الى اتجاه متشابه .

على ان الامر الاكثر اهمية هنا ، ويؤكد عليه « نيوكومب » هو ما يمثله الموضوع او الشخص (X) من اهمية لدى كل من المصدر والمتلقى ، وكذلك دافعهما المشترك للتوجه نحو الموضوع ، وقد لا يكون الموضوع شىء او شخص ، وانما قد يكون جزءا من البيئة المشتركة لكل من المصدر والمتلقى . فقد يكون المصدر (A) مثلا الحكومة والمتلقى (B) الحزب الذى تمثله الحكومة و (X) السياسة . فاذا كان لدى الحكومة والحزب مبادىء مشتركة او متشابهة حول السياسة السائدة فانهما سوف يكونا تحت ضغط لعقد اجتماعات مكثفة لمحاولة التوصل الى اتفاق على (X) او السياسة المطروحة . اما اذا لم يكن لديهما مبادىء مشتركة فالمتلقى (B) سوف يكون اقل حاجة للاتفاق حول السياسة .

ويرى نيوكومب ان توازن النظام يزيد الحاجة الى الاتصال ويمكن ان نلمس ذلك بوضوح عندما يتغير (X) او السياسة فان (B,A) يصبحان فى حاجة للاتصال لايجاد تكيف مشترك بينهما نحو السياسة الجديدة . فقد كان رد فعل الافراد سريعا حول استقالة هارولد ولسون رئيس وزراء بريطانيا حيث نشأت حاجة لدى الافراد للتعرف على راى اصدقائهم فى هذه الاستقالة وكور ولسون وقت الحرب . ويعتقد نيوكومب ان ما يدفع الافراد الى ذلك هو الرغبة فى الوصول الى تفاهم مشترك نحو الحدث .

ويخلص نيوكومب مما تقدم الى ان اعتماد الناس على اجهزة الاعلام يتزايد بصفة مستمرة . كما ان الحكومة يتزايد اعتمادها على اجهزة الاعلام لدعم سياستها ، وطالما ان السياسة فى تغير مستمر نتيجة لتغير

الظروف ووقائع الحياة ، فاننا نجد الحكومة والشعب (B,A) فى حاجة الى اتصـــال مستمر من خلال اجهزة الاعلام(١) .

وواضـــح من تحليلات « نيو كومب » لعملية الاتصـــال ، تأثره البـــالغ بنظرية التـــوازن فى علم النفس ، وهى النظرية التى ترى أن اســـتجابة الفرد للمثيرات الخارجية تتأثر بحـــالته النفســـية التى تتســـم بالتوازن أو عدم التوازن مع المثير الخارجى(٢) . وان النموذج يميل الى تأكيد وجهة النظر التى ترى أن النـــاس تميل الى مصـــادر المعلومات التى تساند ممارســـاتهم الفعلية . وهو بذلك يؤكد على اهمية العمليـــات الانتقائية ودور التوقعات فى عملية الاتصـــال والتى تجعـــل معظم تأثيرات الاتصـــال بنوعيـــه الشخصى والجماهيرى تتجه الى التدعيم وتثبيت الآراء والاتجـــاهات القائمـــة اكثر من تغييرها ؛ وهى الافتراضات التى تؤكدها الكثير من الابحاث فى هذا المجال(٣) .

ومع ذلك ، فان وجود اتجاه موحد أو اتفاق على المبـــادىء بين طرفى الاتصـــال ليس شرطا ضروريا لدعم كفـــاءة الاتصـــال ، كما يفترض النموذج فالتنافر والاختلاف قد يتم معالجته من خلال تشكيل علاقات جديدة أو من خلال ايجاد تكيف بين الرؤى المتباينة ، كذلك ، فاننا لا يمكن ان نسحب التعميمات المتصلة بعلاقات الاتصـــال بين الافراد أو حتى الجمـــاعات الصـــغيرة على علاقات الاتصـــال فى المجتمع ككل ، ذلك أن المجتمع قد لا يكون فى حاجة الى التوازن أو التوافق كمـــا هو الحال فى المواقف الفردية الصـــغيرة ، بل على العكس قد يحتاج المجتمع فى بعض الحالات درجة من الصراع وعدم التوازن من أجل التطوير والتنمية وهنـــا يلعب الاتصـــال دورا كبيرا فى تلبية هـــذه الحاجة المجتمعية .

وأيا كانت الملاحظات التى يثيرها نموذج « نيوكومب » فان هذا النموذج يلفت نظرنا وان كان بصـــورة غير مباشرة الى حاجة النـــاس الى المعلومات التى ينظر اليهـــا فى المجتمعات الديمقراطية على انها حق وضرورة وبدونها ، فان الافراد يفتقدون الشـــعور بالانتمـــاء للمجتمع ، فنحن ينبغى أن نحصـــل على المعلومات الكافية عن بيئتنا الاجتمـــاعية لكى نعرف كيف نتصرف ازائها . وكذلك لكى يتم توحيد رد الفعل ازاء الاحداث الهامة التى يواجهها المجتمـــع ولرأب الفجوة بين ثقافات المجتمع المختلفة وتحقيق التكامل بين أجزاء الأمة .

---

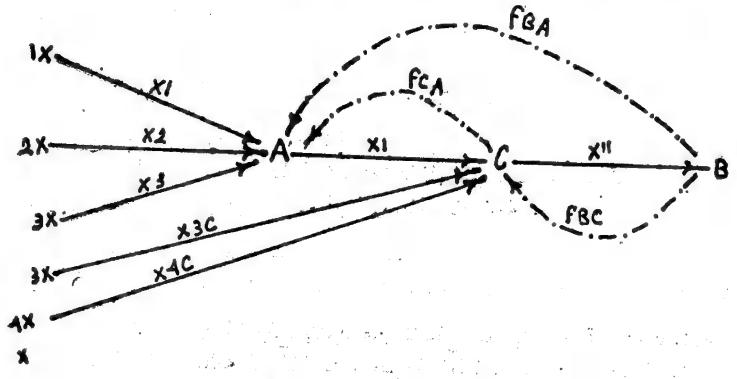
(١)
John fiske, Introduction to Communication studies, Op Cit., P. 33.

(٢) جيهان رشتى ، الأسس العلمية لنظريات الاعلام ، مرجع سابق ، ص ٢٤٠ .

(٣) انظر فى ذلك : Joseph, Klapper, The Effects of Mass Communication, New York, Free Press, 1960.

٥ — نموذج وستلى وماكلين : (Westly and Maclean's Model)

سعى وستلى وماكلين الى تطوير نموذج نيوكومب السابق عرضه لكى يتناسب مع عملية الاتصال الجماهيرى ، وقد انعكس التطوير فى جانبين اساسيين : **الأول** : هو اضافة عنصر جديد هو (C) الذى يشير الى عملية تحرير الأخبار والمعلومات داخل المؤسسة الاعلامية ، وهى العملية التى يتم خلالها اتخاذ قرار حول ماذا وكيف يتم الاتصال . **اما التطوير الثانى** : فيتمثل فى فرد النموذج لكى يأخذ الشكل الخطى المألوف من قبل فى النماذج السابقة وذلك كما هو واضح فى الشكل التالى(١) :



(تصور وستلى وماكلين لعملية الاتصال الجماهيرى)

وكما هو واضح من الشكل فان (X) اصبحت فى نموذج وستلى وماكلين اقرب الى (A) والأسهم تأخذ طريقا واحدا و (A) اصبح اقرب الى وضع الكود كما هو الحال فى نموذج شانون وويفر او لاسويل و (C) له بعض خصائص النقل . كما نلاحظ انشطار (X) لكى يتبين طبيعتها المتنوعة او المتعددة وتتحدد عناصر النموذج على النحو التالى :

١ — ترمز (X) للموضوعات او الأحداث التى تقع فى البيئة الاجتماعية التى يجرى الاتصال حولها من خلال اجهزة الاعلام ومن ذلك وقوع زلزال او تغير فى الأسعار او ظهور نتائج انتخابات ... الخ .

٢ — تشير (A) الى دور المصدر ، وقد يكون هذا المصدر افرادا او مؤسسات لديها شىء ما عن الحادثة او الواقعة (X) وترغب فى توصيله الى الجمهور بطريقة هادفة او مقصودة ، هذا المصدر قد يتحدد فى القادة

(١) Denis McQnail & S ven Windahl, Op. Cit., P. 26.

السياسيين ، أو المعلنين أو مصادر الأخبار أو مراسلوا الصحف ووكالات الأنباء ... الخ .

٣ — تمثل (C) المؤسسة الاعلامية ، حيث يتولى العاملون بها اخضاع ما يصل اليها من مواد اعلامية للفحص والانتقاء قبل أن تأخذ طريقها عبر الوسيلة الاعلامية الى الجمهور . وقد تأتي المادة الاعلامية مباشرة دون المرور عبر وسيط المصدر (A) الى المؤسسة الاعلامية . وهكذا فان (C) تعتبر وسيط يتولى التعامل مع كل من (B) و (A) هذا الدور الذى تقوم به المؤسسة الاعلامية قد يمارس أحيانا بطريقة غير هادفة أو روتينية لا تحكمه سوى الاعتبارات المهنية الخاصة بالحاجة الى النشر الجماهيرى وتلبية رغبات الجمهور .

٤ — تشير (B) الى دور الجمهور ، الذى قد يكون فردا أو جماعة أو حتى المجتمع ككل والذى تتولد لديه الحاجة الى المعلومات .

٥ — (XI) هى الرسالة عن الحادثة كما يصورها (A) و (XII) هى صورة الرسالة بعد اعادة تشكيلها داخل المؤسسة الاعلامية لكى تأخذ طريقها الى الجمهور عبر القناة أو الوسيلة الاعلامية .

٦ — يوجد رجع صدى من المتلقى (B) الى المصدر الأصلى (A) وأيضا من المتلقى (B) الى المؤسسة الاعلامية (C) ومن هذه الى المصدر (A)

ويلاحظ هنا أن النموذج ينفرد عن النماذج السابقة بعدة مميزات منها(١) : أن العملية الاتصالية لا تأخذ لديه طابعا خطيا كما هو الحال مثلا فى النماذج السابقة وانما تأخذ طابعا دائريا حيث يهتم النموذج برجع الصدى (Feed back) وفى حين تشير النماذج السابقة الى نشاط القائم بالاتصال (A) بوصفه نشاطا هادفا أو مقصودا بمعنى أن لديه توجهات تأثيرية نحو المتلقى ، نجد أن النموذج الحالى يشير أيضا الى النشاط غير الهادف الذى تتميز به أحيانا عمليات الاتصال عبر وسائل الاتصال الجماهيرى .

كما يلاحظ أيضا أن الجمهور (B) فقد أى خبرة مباشرة أو فورية مع الأحداث (X) كما فقد العلاقة المباشرة مع المصدر على النحو الذى كان يصوره « نيوكومب » ، وقد أوضح وستلى وماكلين أن أجهزة الاعلام توسع من البيئة أو الخبرات الاجتماعية التى يحتاجها الأفراد (B) كما توفر المناخ الذى يتم فى اطاره حدوث تكيف بين الأفراد والأحداث فى المجتمع ، وقد ابقى « وستلى وماكلين » على فكرة « نيو كومب » الخاصة بالحاجة الى وجود توافق مشترك نحو (X) بين المصدر والمتلقى ، على أساس أن توافر هذا العامل

---

(١) جيهان رشتى الأسس العلمية لنظريات الاعلام ، مرجع سابق ص ١٨١ .

يعد الدافع الاساسى للاتصـــال والتفاعل مع رسائل أجهزة الاعـــلام . ووفقا لتصورات « وستلى وماكلين » فان (A) و (C) يلعبان الدور الأساسى فى العملية ، حيث أن (B) هو متأثر فقط بنتائج نشاطهما . لقد وسع المجتمع الذى نعيش فيه بالضرورة نطاق البيئـــة الاجتماعية التى نحن فى حاجة الى أن نكيف انفسنا معها . ولذلك فان احتياج المتلقى للمعلومات والتكيف مع البيئة يتزايد، بيد أن اســـاليب اشباع هذا الاحتياج كانت دوما مقيدة ومقصورة على أجهزة الاعلام التى تعد الأدوات المتاحة فقط امام الأفراد لتحقيـــق احتيـــاجاتهم من المعلومات .

وايا كانت الافتراضات والتصورات التى يعكسها النمـــوذج فان ثمـــة بعض الملاحظات الجديرة بالاشـــارة هنا :

١ — ان اعتمـــاد الافراد على أجهزة الاعلام لامدادهم بالمعلومات على النحو الذى يسعى الى تصـــويره النموذج ، يتجـــاهل العـــلاقة بين أجهزة الاعلام والأدوات الأخرى التى تســـاهم فى تكيف الافراد مع بيئتهم الاجتماعية ومنها : الاسرة ، زملاء العمل ، جمـــاعة الاصدقاء ، المدرسة ، المســـجد ، الكنيســـة ، النقابات ، الأحزاب السياسية أو كل شبكات العلاقات الرسمية وغير الرسمية والتى من خلالها يتكيف الأفراد مع المجتمع الذين يعيشون فيـــه بمعنى آخر ان أجهزة الاعلام وان كانت تلعب الدور الأساسى فى ترويج المعلومات وتوفيرها للافراد فانها ليست العنصر الوحيـــد الذى يعتمـــد عليـــه الافراد بالصورة التى يسعى النموذج الى تصويرها .

٢ — ينطلق النموذج من افتراض مؤداه : ان اطراف العملية الاتصـــالية لديهم اهتمامات وعلاقات متوازنة فى حين أن العلاقة بين الاطراف الاساسية فى النموذج (A) و (C) و (B) نادرا ما تكون متوازنة أو متقاربة ولا يقتصر عـــدم التوازن على علاقة الاتصـــال فقط وما يحكمها من توجهات متباينة ولكن ايضـــا قد تتضمن علاقة ســـياسية بين (A) و (C) حيث يفرض المصدر (A) ضغوطا سياسية على المؤسسة الاعلاميـــة او العكس كمـــا هو الحـــال حينما تملى المؤسسة الاعلامية على المراسل الصحفى او المندوبين العمـــل بوجهـــة نظر معينة ، ويحدث نفس الشىء أحيانا بين (B) و (C) حينما تتبنى المؤســـسة الاعلامية موقفا سياسيا معينا وتسعى الى ترويجه لدى الجمهور . كذلك ، فان قدرات (C) على العمل تتوقف على ضوء قدرات (A) فى امداد المؤسسة بالمعلومات والتى لا تستطيع ان تعمل بدونها ، ويشير كل ذلك الى ان اطراف العملية لا تعمل بحرية وعلاقات متوازنة وانمـــا توجد ضغوط وعلاقات غـــير متوازنة بينهما على عكس ما يصور النموذج .

٣ — يبالغ النموذج فى تأكيد درجة الاتســـاق والمشـــاركة فى عمليـــات الاتصـــال الجمـــاهيرى ، فالقائمون بالاتصـــال ، وكذا الجمهور يشـــاركون فى العملية بنفس القدر من الاهتمـــام ، فى حين ان واقع الممـــارسة يكشف أن

كل طرف عادة ما ينخرط فى العملية بأهداف وتوجهات قد لا تكون لها علاقة بالطرف الآخر . فأعضاء الجمهور قد يكونوا مجرد متفرجين لما يعرض عليهم من مضامين دونما احتياج حقيقى للمواد المقدمة التى يعرضها القائم بالاتصال . وكذلك فان القائمين بالاتصال ، قد لا يكونوا فى حالة اتصال حقيقى مع الجمهور وأن توجهاتهم تتجه ليس ناحية جمهور المتلقين ، ولكن ناحية رؤساء العمل أو زملاء المهنة أو المصادر التى يحصلون منها على الأخبار(١) . وفى ذلك يتجاهل النموذج خضوع أدوار القائمين بالاتصال ، وكذا أعضاء الجمهور فى عملية الاتصال للضغوط المؤسسية والمجتمعية ، وهى الضغوط التى تلعب دورا فى تحديد درجة مشاركة كل طرف فى هذه العملية فقد يفرض المجتمع مثلا قيودا على القائم بالاتصال لعدم نشر الاخبار التى تمس الأمن القومى ، أو تعرض تماسك المجتمع للخطر ، كذلك فان الواقع المجتمعى يفرض على الجمهور احتياجات واهتمامات معينة وهكذا .

٦ — نموذج انتقال المعلومات على مرحلتين :

يعد نموذج كاتز ولازر سفيلد لتدفق المعلومات على مرحلتين والتأثير الشخصى من النماذج المهمة التى كانت بمثابة نقله أساسية لبحوث الاتصال وعملياته ، وقد جاءت الافكار الاساسية التى يقدمها نموذج انتقال المعلومات على مرحلتين ، لتبلور نتائج البحوث المبكرة التى سعت لبحث تأثيرات أجهزة الاعلام فى الحملات الانتخابية وبالتحديد انتخابات الرياسة الأمريكية عام ١٩٤٠(٢) .

وقد وجه أصحاب نظرية انتقال المعلومات على مرحلتين انتقادا حادا لنماذج الاتصال السابقة والتى كانت سائدة فى تلك الفترة وتنطلق من مبدأ المثير — الاستجابة التقليدى وبالتالى ما يقوم عليه من افتراضات . فقد ظهر أن التأثيرات الاجمالية التى تركتها رسائل أجهزة الاعلام حول الانتخابات ، كانت ضئيلة ، وأن نموذج المثير — الاستجابة كان غير قادر على تصوير ما يحدث فى الواقع الاجتماعى للجماهير المغيرة بصورة مناسبة أو عملية .

وبتقييم نتائج البحث الذى أجرى على آثار أجهزة الاعلام فى حملة

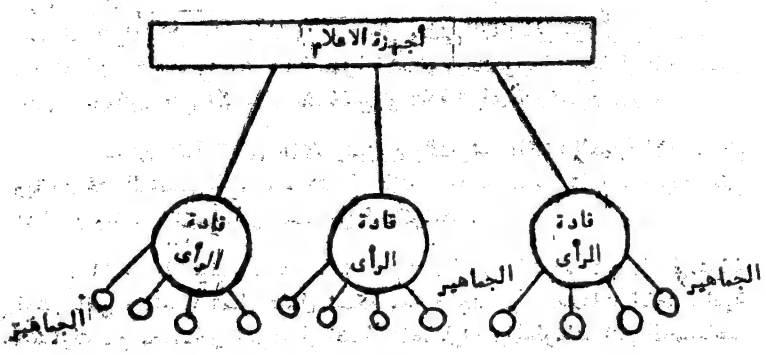
---

(١) تبين ذلك بوضوح فى دراسة ميدانية أجريت على العاملين بالمؤسسات الصحفية فى مصر ولمزيد من التفاصيل انظر :
عبد الفتاح عبد النبى ، سسيولوجيا الخبر الصحفى ، القاهرة ، العربى للنشر والتوزيع ١٩٨٩ .

(٢) أنظر فى ذلك :
Paul. F. Lazarsfeld and others, The Peoples choice, N.Y., Columbia University Press, 1948.

الانتخابات الأمريكية لعـــام ١٩٤٠ ، قام الباحثان بتعديل نموذج (المثـــير — الاستجابة) بادخال فكرة تدفق المعلومات على مرحلتين (Two step Flew of Communication) وكذلك مفهوم قادة الرأى (Opinion Leaders) ونتيجة لما كشفت عنه نتائج البحث من فشل نسبى لأجهزة الاعلام فى التأثير على نتيجة الانتخابات فى مقـــابل التأثير القـــوى للاتصـــال الشخصى ، افترض الباحثان أن الأخبار غالبـــا ما تسير من الراديو والصحف الى قادة الرأى . ومن هؤلاء الى القطاعات الأقل نشاطا من السكان .

وقد جرى تتبع هـــذا التصور بالمزيد من البحوث وباعادة التقييم النظرى للنموذج الاصلى فى كتاب التأثير الشخصى الذى قدمه كاتز ولازر سفيلد عـــام ١٩٥٥(١) . ويوضح الشـــكل التالى نموذج انتقال المعلومات على مرحلتين :



(نموذج انتقال المعلومات على مرحلتين)

وكمـــا هو واضح من النموذج ، فان المعلومات تصل أولا الى قادة الرأى من أجهزة الاعلام ، ثم من خلال قادة الرأى الى الجماهير التابعة عبر وسائل الاتصال الشخصى ، فى حين ان التصور السابق لعملية الاتصال الجمـــاهيرى ، كان يشير الى ان المعلومات تصل من أجهزة الاعلام الى الجماهير مباشرة دون وســـيط كمـــا هو الحال فى النموذج الجديد .

ويثير نموذج انتقـــال المعلومات على مرحلتين الافتراضات التالية :

١ — ان الأفراد ليسوا منعزلين اجتماعيا ، ولكن اعضـــاء فى جماعات اجتمـــاعية ، كمـــا انهم يتفاعلون مع بعضهم البعض ولهذا تأثير كبير فى تحديد تأثيرات أجهزة الاعلام .

---

(١) انظر فى ذلك :

Katz and Lazarsheld, Personal influence, Glencoe, Free Press, 1955.

٢ — ان الاستجابة ورد الفعل لرسائل أجهزة الاعلام سوف لا تكون مباشرة وفورية ، ولكن تتأثر بطبيعة التفاعل والعلاقات الاجتماعية السائدة بين اعضاء الجماعة الاجتماعية .

٣ — ان العمليتين يشتملان على جانبين :

الأول — التعرض والانتباه .

والثانى : الاستجابة المتمثلة فى شكل قبول أو رفض التأثير والتعرض لا يعنى الاستجابة كما ان عدم التعرض لا يعنى عدم الاستجابة (بسبب البعد الثالث من الاتصال الشخصى)(١) .

٤ — ان الأفراد ليسوا متساوين تماما امام الحملات الأعلامية ، ولكن يقومون بأدوار مختلفة فى عملية الأتصال ، وبصورة خاصة يمكن ان يكون هناك افراد أكثر نشاطا فى استقبال وتلقى الأفكار من اجهزة الاعلام وافراد اقل نشاطا وتعرضا لأجهزة الأعلام ويعتمدون اساسا فى الحصول على معلوماتهم على الاتصال الشخصى او قادة الرأى كمرشدين لهم .

٥ — ان قادة الرأى هؤلاء يتميزون بالتعرض المكثف لأجهزة الاعلام وبالعلاقات الواسعة ولديهم ثقة بالنفس باعتبارهم قادة ومؤثرين على الآخرين وينسب اليهم دور المصدر او المرشد .

وباختصار تطبيقا لهذا النموذج ، فان اجهزة الأعلام لا تعمل فى فراغ اجتماعى وانما تعمل داخل شبكة معقدة جدا من العلاقات الاجتماعية وتشترك مع مصادر أخرى فى نقل المعارف والمعلومات الى الجماهير الصغيرة من الشعب .

ومع وجاهة الافكار الجديدة التى يحملها هذا النموذج والتى كانت تعد كما لشرفا — انفاك بمثابة قطوبرا مهما لبحوث الاتصال الجماهيرى ، الا ان ثمة بعض الانتقادات التى وجهت الى هذا التصور وتتحدد فيما يلى :

أ — قد يكون هناك اكثر من مرحلتين فى عملية تناقل المعلومات من اجهزة الأعلام الى الجماهير . فقد تصل المعلومات أولا الى بعض الافراد ومن هؤلاء الى الذين يدخلون فى دائرتهم الاجتماعية ثم الى الافراد الأكثر انعزالا واقل ارتباطا بهم .

٢ — ان مفهوم قادة الرأى ، يمكن أن يكون مضللا ما دام لا يعنى هؤلاء الذين تصدر منهم فعلا الأفكار .

---

(١) Illiya Harik, Polttieal Mobilization of Peasant Astady of an Egyptian Community, Indiana University Press London 1971, PP. 147-148.

٣ — قد يحدث التأثير مباشرة من اجهزة الاعلام على الأفراد المتعرضين لهذه الأجهزة ، وانه ليس من الضرورى أن تتخللها مرحلة قادة الرأى(١) .

٤ — يفترض النموذج موقفا تصبح بمقتضاه اجهزة الاعلام هى المصدر الوحيد للأفكار والمعلومات فى حين أن قنوات اجهزة الاعلام قد لا تكون المصدر الرئيسى للمعلومات المتناقلة (حيث قد توفر هذه المعلومات مصادر أخرى مثل المؤسسات المحلية وخبراء التغيير ... الخ) .

٥ — اذا كان النموذج بما يتضمنه من أفكار أساسية يعد ملائما لظروف وواقع المجتمعات المتقدمة ، فانه فى المجتمعات الأقل تقدما يفقد وجاهته حيث يقل انتشار أجهزة الاعلام فى العديد من مناطق هذه المجتمعات فضلا عن ما يعترى هذه المجتمعات من أزمات وعدم استقرار .

٦ — النموذج يحدد فقط فئتين القادة والاتباع ، ويتجاهل فئة ثالثة من الناس وهم هؤلاء الذين لا يتعرضون لأجهزة الاعلام ولا يتناقشون مع هؤلاء الذين يتعرضون لها اى هؤلاء الأفراد غير المشتركين فى دائرة الأفكار ، والأفراد غير القادة ليسوا بالضرورة اتباع . وقد أوضح النموذج أن قادة الرأى متلقين أيضا للمعلومات(٢) .

٧ — نموذج الاعتماد المتبادل :

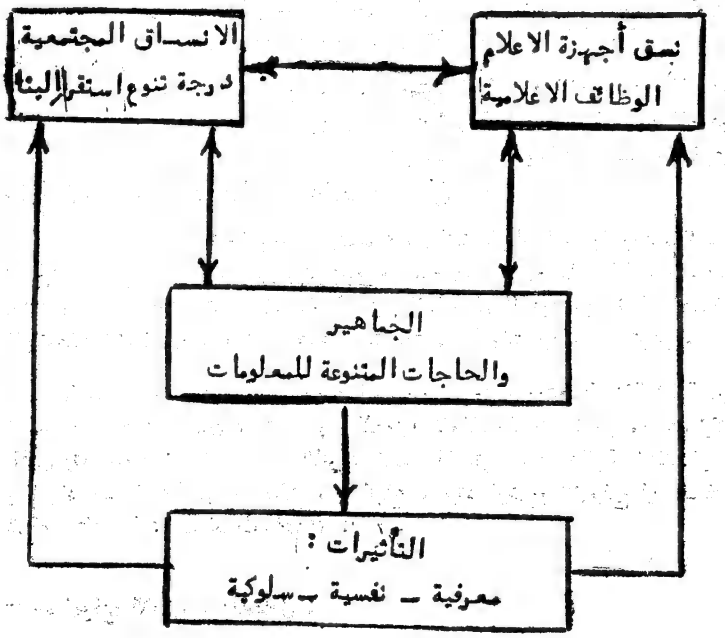
يركز نموذج الاعتماد المتبادل ، الذى وضعه « بول روكتش وديفلير » (B. Rokeach & Defleur) عام ١٩٧٦ ، على الظروف البنائية فى المجتمع والتى تتحكم فى درجة التأثيرات التى تحدثها اجهزة الاعلام . وفى هذا النموذج ينظر الى اجهزة الاعلام بوصفها أنساق للمعلومات (Information systems) تعمل أساسا فى ظل عمليات : استقرار وتغيير وصراع ، على المستوى المجتمعى والجماعة الفرعية والفرد ويوضح الشكل التالى الأفكار الرئيسية للنموذج(٣) .

---

(١) شاهيناز طلعت ، وسائل الاعلام والتنمية الاجتماعية ، القاهرة مكتبة الانجلو المصرية ، ١٩٨٠ ص ٢٨ .

(٢) Denis McQuail, Op. Cit., P. 51.

(٣) Ball-Rokeach, & Defleur, M., «A dependency Model of Mass Media effects», Communication Research, 3, PP. 3 — 21.



(نموذج الاعتماد المتبادل لبول روكتش وديفلير)

والفكرة الأساسية التى يعبر عنها النموذج تتمثل فى ان افراد الجمهور فى المجتمعات الحديثة يتجهون للاعتماد على المعلومات التى تبثها اجهزة الاعلام لتكوين معارفهم وتوجهاتهم ازاء ما يحدث فى مجتمعهم الخاص . ويتوقف نوع وحجم هذا الاعتماد على طبيعة الاوضاع والظروف البنائية السائدة فى المجتمع وبدرجة أساسية على مدى تعرض المجتمع للتغيير ، والاستقرار ، والصراع ، وكذلك الوظائف الاعلامية التى تمارسها اجهزة الاعلام فى الواقع الفعلى .

وعلى ضوء ذلك تتحدد التأثيرات التى تحدث والتى قد تتضمن :

١ — تأثيرات معرفية مثل : خلق او ازالة الغموض ، بلورة الاتجاهات تحديد الأولويات ، تعميق انساق المعتقدات ، تطوير القيم .

٢ — مؤثرات نفسية او ايحائية مثل : خلق الخوف ، القلق ، تزايد او تناقص الروح المعنوية (الاغتراب) .

٣ — مؤثرات سلوكية مثل تنشيط أو تهدئة اثارة القضايا أو حلولها ، تقديم أساليب العمل والتصرف فى المواقف المختلفة ، احداث السلوك الخيرى ... الخ .

ومن المفيد فى تفسير النموذج ، أن نوضح أن العناصر الثلاثة الأساسية : الجمهور ، أجهزة الاعلام ، النسق الاجتماعى ، تعمل فى علاقة متداخلة واعتماد متبادل على الرغم من اختلاف طبيعة هذه العلاقة من مجتمع الى آخر ، كما أن كل عنصر يمكن أن يختلف أيضا فى طريقة احداثه للتأثير .

فالنسق الاجتماعى ، يختلف فى تأثيراته طبقا لدرجته من حيث الاستقرار فقد يكون مستقرا تماما ، ولكنه يمر ببعض الأزمات المؤقتة . أو كما هو الحال فى بعض المجتمعات النامية قد يكون خاضعا لظروف التغيير السريع ، وقد يكون النسق الاجتماعى مستقرا ولكنه يشهد تحد جوهرى فى شرعيته ووجوده وفى ظل تلك الظروف ، من المتوقع أن تظهر أهداف جديدة ، وتتحدد اتجاهات وتتدعم قيم قديمة أو حديثة . ويؤدى ذلك الى تنشيط عمليات طرح واستقبال المعلومات .

كذلك ، فان علاقة أفراد الجمهور بالنسق الاجتماعى سوف تختلف باختلاف التغيرات فى الظروف الاجتماعية ، ففى ظل عمليات التغيير فان بعض الجماعات سوف تحصل على مكاسب معينة وجماعات أخرى سوف تخسر بعض مراكزها . ومن المؤكد أن اعتماد الأفراد على أجهزة الاعلام كمصدر للمعلومات سوف يختلف أيضا فجماعة الصفوة مثلا سوف تسعى للسيطرة على هذه الأجهزة وتوجيه عملياتها لتدعيم مصالحها وتصبح هذه الجماعة أقل اعتمادا على أجهزة الاعلام وأكثر اتصالا بالمصادر الاخرى الاكثر تأثيرا ودراية بالمعلومات . فى حين تتجه الجماهير من غير الصفوة للاعتماد على أجهزة الاعلام لتزويدها بالمعلومات الضرورية أو على المصادر الشخصية من ذوى المعلومات الأقل أهمية .

كما أن أجهزة الاعلام سوف تختلف فى مدى تنوعها وقدراتها ومدى الثقة بها ففى اطار بعض الظروف أو فى بعض المجتمعات، فان أجهزة الاعلام قد تصبح أكثر أهمية فى تقديم المعلومات السياسية والاجتماعية من مجتمعات أخرى . كما أن هناك تنوع وتباين فى طبيعة الوظائف التى تقوم بها أجهزة الاعلام فى المجتمعات المختلفة .

وبصفة عامة يتميز نموذج الاعتماد المتبادل بعدد من الخصائص يمكن بلورتها على النحو التالى(١) .

---

(١) Denis McQuail & Sven Windahl, Op. Cit., P. 67.

١ — ان النموذج يفتح مجالا واسعا لاحتمالات التأثير وبذلك تحاشى الباحثان اتخاذ موقف محدد حول مدى تأثير أو عدم تأثير اجهزة الاعلام فى المجتمع ، فهو يقررفقط ان ثمة احتمال للتأثير ، وان هذا التأثير يعتمد على مجموعة متباينة من الظروف التىتجتمع فى موقف معين .

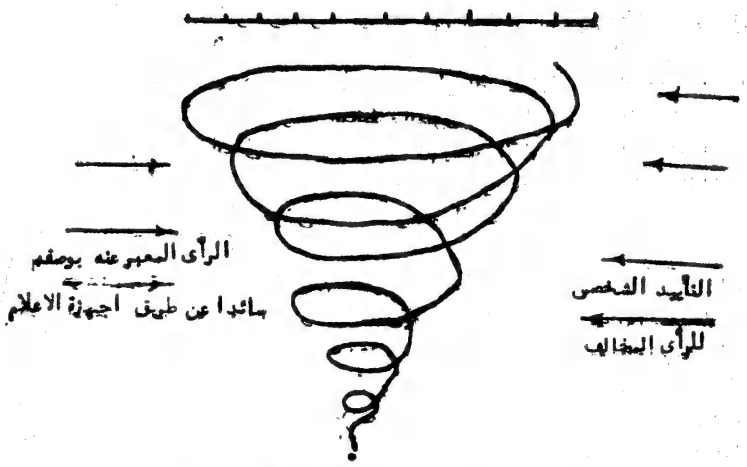
٢ — ان النموذج يوجه الاهتمام الي الاوضاع البنائية والظروف التاريخية للمجتمع اكثر من المتغيرات الفردية او الشخصية في تحديد تأثيرات اجهزة الاعلام .

٣ — يؤكد النموذج علي حقيقة ان التأثيرات متبادلة فاجهزة الاعلام تؤثر على النسق الاجتماعي ، كما ان النسق الاجتماعي يؤثر على اجهزة الاعلام . وهكذا ، فقد يؤدى ممارسة اجهزة الاعلام لدورها الي المطالبة بتغيير او اصلاح وضعية اجهزة الاعلام فى المجتمع وتحديد دورها .

وايا كانت الأفكار التى يقدمها النموذج ، فان ما يضعف فاعليته ، فى تقديرنا ، هو مبالغة النموذج في تفرد واستقلال العناصر المختلفة لعملية الاتصال وبالذات استقلال نسق اجهزة الاعلام عن النسق الاجتماعى ، حيث يبدو ان الأول يفهم باعتباره مصدرا طبيعيا غير سياسى قادر علي تلبية اية احتياجات يمكن ان تظهر لدى افراد الجمهور ، أو المجتمع . في حين ان اجهزة الاعلام ترتبط بصورة قوية او هى تخضع فى ممارستها لوظائفها للقوى المسيطرة في المجتمع .

٨ — نموذج فرض الصمت : (The Spiral of silence's Model)

يناقش هذا النموذج الذى قدمته باحثة علم الاجتماع الالمانية اليزابيث نويل نيومان (Elisabeth Noelle Neumann) اسلوب تشكيل الرأي العام وقد سعت اليزابيث الي تقديم اجابة عن هذا السؤال تتلخص فى التفاعل المستمر بين الاتصال الجماهيرى والاتصال الشخصى ، وادراك الفرد لرايه الخاص فى علاقته بالآراء الأخرى فى المجتمع . ويصور الشكل التالى الافكار الاساسية لنموذج فرض الصمت :



(كلما قل التأييد للراى المخالف ادى الى حدوث الصمت)

ويستند النموذج فى اساسه على الفكرة التى طرحها عالم النفس الاجتماعى « البورت » عام ١٩٣٧ ومؤداها : ان راى الفرد الخاص يعتمد الى حد كبير على ما يعتقده الآخرون او بالتحديد على ما يدركه المرء انه راى الآخرين .

والمنطق فى ذلك هو ان معظم الافراد يميلون الى تلافى العزلة او عدم التفرد فى المواقف والمعتقدات ، ولذلك فان المرء يراقب بيئته الخاصة لكى يعرف اى وجهات النظر هى السائدة او التى تحظى بالقبول والقوة وايها اقل انتشارا او افولا . فاذا ايقن المرء بأن وجهة نظره تقع فى الفئة الاخيرة فانه سوف يكون اقل ميلا للتعبير عنها لسبب بسيط هو الخوف من العزلة .

ووفقا لآراء صاحبة النموذج ، فان الراى السائد او المنتشر يتكون على النحو التالى(١) :

كلما تزايد ادراك الأفراد للاتجاهات القائمة ، فانهم يسعون الى تكييف وجهات نظرهم طبقا لها ويؤدى ذلك الى تزايد ظهور الراي المرتبط بها ويظل يتزايد الراي حتي يسود . بينما يميل الراي المخالف الي الافول والتواري ، وهكذا ، فان اتجاه الفرد للجهر براي معين وكتم الآخر يصبح بداية لعملية حلزونية التي تشكل باطراد رايا يصبح هو السائد .

---

(١) انظر فى ذلك :

E., N., Neumann, The Spiral of Silence, a theory of Public opinion, Journal of Communication, 24 PP. 43 — 51.

بيد أن ادراك الفرد ومعارفه ليست هى العنصر الوحيد الذى يعمل هنا ، وانما تعد أجهزة الاعلام عنصر آخر ، حيث غالبا ما تلعب هذه الاجهزة الدور الاساسى فى تحديد وجهة النظر السائدة . كذلك فان عنصرا ثالثا يؤثر فى العملية ، وهو درجة التأييد والقبول من الناس فى البيئة للراى حيث يظل الفرد محتفظا برأيه فى نفسه طالما لم يظهر الآخرون اهتماما بهذا الراى وكذلك اجهزة الاعلام . ويؤدى نقص التأييد المعبر عن رؤى الشخص الخاص فى الاتصال الشخصى الى فرض الصمت وعدم التعبير عن الراى .

وقد سعت صاحبة النموذج لتأكيد صحة افتراضاتها هذه بالاشارة الى التغيرات التى حدثت بمرور الوقت فى مجالات عديدة للراى العام فى جمهورية المانيا الاتحادية . وخلصت بعد ذلك الى وجود علاقة قوية بين مدركات الراى الغالب وتعبيرات الراى الشخصى والمؤشر هنا للراى الغالب هو آراء الكتاب والصحفيين ورجال الاعلام . حيث تقوم اجهزة الاعلام من خلال هؤلاء الأفراد بصياغة تصورات الراى السائد ومن ثم تؤثر على الآراء الفردية بالطريقة التى يفترضها النموذج .

ويبدو واضحا أن الأفكار التى عبر عنها النموذج ، وان كانت ليست جديدة فى حد ذاتها الا انها قدمت بطريقة جديدة ، وتشير الى الانتشار الواسع لأجهزة الاعلام ودورها كمصدر للمعلومات وترويج الافكار وحقيقة التفاعل الذى يتم فى الواقع بين الاتصال الجماهيرى والشخصى .

بيد أن النموذج يتجاهل الحالات التى يفشل خلالها العديد من الأفراد فى توصيل الآراء الخاصة الى بعضهم البعض ويتملكهم الشعور بانهم ينتمون الى الاقلية المخالفة ، وفى احيان كثيرة فان الأغلبية ربما تقبل بصورة غير علنية وجهة نظر الاقلية ، كما أن الاقلية القوية ذات الصوت العالى قد تتمكن من فرض اجماع زائف او ما يمكن أن نطلق عليه صمت الاغلبية (Silent of Magority)

كذلك ، فان النموذج بصورته الحلزونية ، يثير تساؤلا حول مدى تعبير الحلزونية عن تغير الاتجاه . فالراى المنحرف او المقيد أو غير السائد يمكن فى ظل ظروف افضل أن يعاود الظهور والانتشار بسرعة غير متوقعة . كما أن الأمر الأكثر اهمية والذى يتجاهله النموذج يتحدد فى مدى انسجام مضمون اجهزة الاعلام المختلفة حول موضوعات الراى المفترض سيادته . ويتطلب ذلك تحليلات مركزة حول مضمون اجهزة الاعلام للتعرف على ما اذا كانت تتعامل بصورة ملائمة ومتكاملة مع المشكلة موضوع الراى . واذا كانت عملية تشكيل الراى التى يصورها النموذج تحدث غالبا بصورة مؤكدة وثابتة تحت ظروف ومستويات معينة الا أن مدى حدوثها ما زال غير معروف .

ثانيـــا : دراسة عملية الاتصال (رؤية محلية) :

اشرنا من قبل الى ندرة محاولات التنظير المحلى لفهم ودراســـة عمليـــة الاتصال فى المجتمعات العربية(*) . وان عدم توافر قاعدة البيـــانات أو بحوث ميدانية جادة ومتكاملة ، يجعل اى محاولة من جانب الباحث للدخول فى هـــذا المجال امرا بالغ الصعوبة والتعقيـــد . ومع ذلك فان ما توافر لدى الباحث من خبرة بحثية امتدت لأكثر من عشر سنوات حتى الآن من العمل بالمركز القومى للبحوث الاجتمـــاعية والجنائية ، واشتراكه فى اجراء العديد من الدراسات الميدانية سواء بمفرده او فى اطار جماعى حول عملية الاتصال ، يمكن أن يوفر بداية طيبة للاجتهاد فى تقديم رؤية محلية تتيح فهما افضل لعملية الاتصـــال فى المجتمع المصرى وتفتح الطريق لاسهامات اخرى جادة فى هذا المجال .

وقبل أن نبدأ فى بيـــان معالم هذه الرؤية ، وتحديد العنـــاصر الاساسية الفاعلية فى عملية الاتصال ، ينبغى أن نوضح أو لعله قد اتضح من العـــرض السابق للنماذج والتصورات السابقة ، اننا أمام عملية بالغة التعقيد والتشابك تتداخل فيهـــا عناصر ومتغيرات عديدة ، يصعب على الاقل من الناحية النظرية حصرها وابرازها فى نموذج نظرى شـــامل ، وتزداد هـــذه الصعوبة ، على ضوء غموض الواقع الاجتماعى وشدة تناقضه فى المجتمعات العربية وحتى اذا أمكن حصر هذه المتغيرات ، فان هـــذا النموذج سوف يتحـــول الى صـــورة يصعب قراءاتها . ويفقد بالتالى اهم وظائف النماذج وهى التحديد والتبسيط . وبالتـــالى ، ليس لأحد أن يتوقع من الباحث هنـــا التوصل الى نموذج عـــام ومحدد يفسر عمليـــة الاتصال فى المجتمع ، ويتضمن كل العمليات الرئيســـية والفرعية المؤثرة فى هذه العملية من خلال وجهة نظر واحدة . وانما المتوقع هو اظهار العناصر الاساسية فى العملية ومايوجد بين هذه العناصر من علاقات .

لقد تلاحظ وجود قصـــور فى العديد من النمـــاذج النظرية الموجودة فى التراث ، وعدم وجود تطابق بين كثير منها وما يحدث فى الواقع الفعلى لعملية الاتصـــال وبالذات الجماهيرية منها ، فمن ناحية اتجهت معظم هذه النماذج الى التبســـيط الشديد للعملية واختزالها بصورة مخـــلة رغم ما يحيط بهـــا من تعقيـــد . فالجمهور ليس مجموعة سلبية من المتلقين ، كمـــا انه ليس كلا متجانسا ، وان القائم بالاتصال ليس فرادا وانما مؤسسة لها ميكانزماتها وظروفها ، ومن ناحية أخرى تجاهلت غالبية هذه النماذج السياق الذى يعمل فيه الاتصـــال وتأثيره فى توجيه العملية الاتصالية وتحديد نتائجها .

كذلك ، اغفلت هذه النماذج التعرض لأثر البعد الدولى فى عملية الاتصال

(*) تفهم عملية الاتصال هنـــا بنمطيها الشخصى والجماهيرى ، لاقتناع لدى الباحث باهمية التكامل بين النمطين واســـتحالة فهم احداها بعيـــدا عن الآخر .

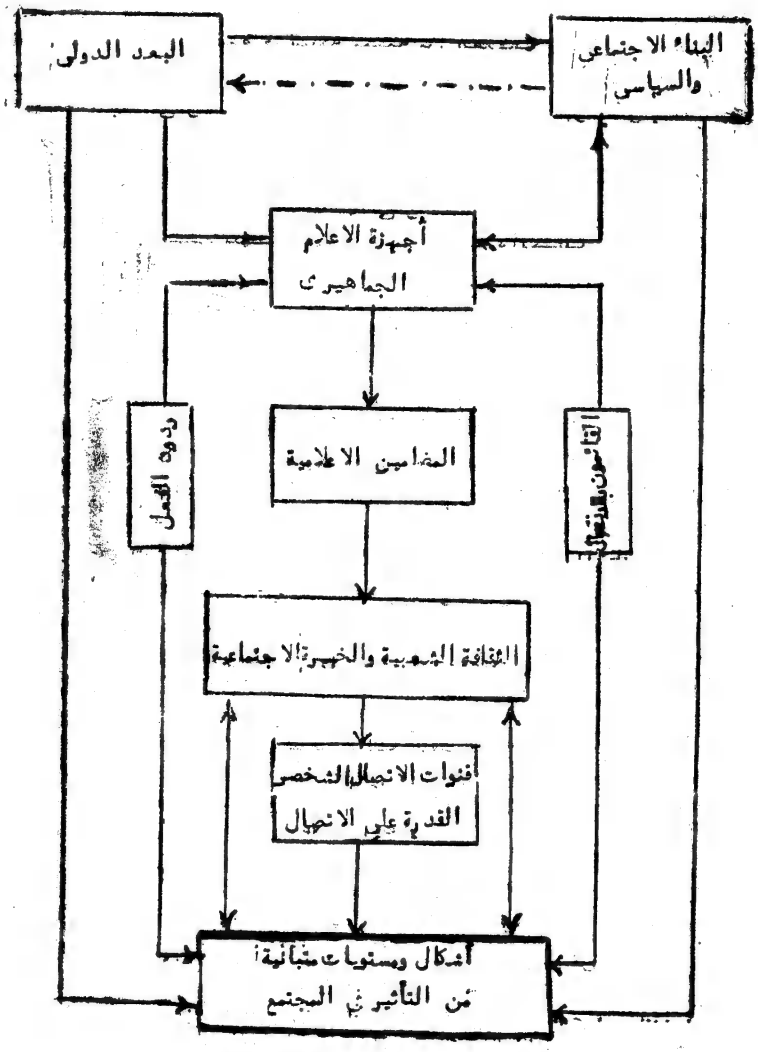
فلا يوجد — على حد علمى — نموذج نظرى واحد من نماذج الاتصال اهتم حتى الآن بهذا الجانب على اهميته سواء فى اطار الواقع الحالى أو ما يستجد مستقبلا من تطورات تكنولوجية جديدة فى مجال الاتصال الدولى والبث المباشر عبر الأقمار الصناعية الى المجتمعات المختلفة . كما لم تهتم هذه النماذج — فى غالبيتها — ببحث مستويات التأثير المقصودة وانماطها ، وكذا الوحدات الواقع عليها التأثير سواء كانت هذه الوحدات افرادا أم مؤسسات أم نظما اجتماعية ... الخ . كما لم تهتم هذه النماذج بعملية رد الفعل على اهميتها وبالذات فى الاتصال الجماهيرى ، وفهمت هذه النماذج العملية على انها علاقة خطية تتجه من الجمهور الى القائم بالاتصال . مع أن الواقع يشير الى أن الجانب الأكبر من هذه العملية يأتى من جانب القائم بالاتصال نفسه وليس من قبل الجمهور . وذلك من خلال الابحاث الميدانية واحتكاكات وملاحظات القائم بالاتصال وفضلا عن ذلك ، مالت النماذج الى الفصل بين عمليات الاتصال الجماهيري والشخصي ، وفصل كل نموذج وصف مكونات كل عملية على حدة ، فى حين أن التكامل بين النمطين فى الواقع الفعلى ، أمر وارد(١) . بل أن جانبا كبيرا من مضامين أجهزة الاعلام يتم ترويجها وتلقيها عبر أساليب الاتصال الشخصى وبالذات فى المجتمعات الريفية حيث تقوم اجهزة الاعلام بتغذية وتدعيم انماط الاتصال الشخصى التى تلعب الدور الأساسى فى هذه المجتمعات(٢) .

وانطلاقا مما تقدم ، فان عناصر النموذج الذى نقدمه هنا لفهم عمليات الاتصال تمثل العناصر الأساسية لأى عملية اتصال فى اى مجتمع بشرى بيد أن هذه العناصر ينبغى الا ينظر اليها بصورة منعزلة او منفصلة عن بعضها البعض ، وانما هى فى عملية تفاعل مستمرة وحركة دائبة ، تعبر عن العملية الدينامية التى تربط بين كل منها وبعبارة أخرى لا تشير عناصر النموذج المقترح الى علاقات تفاعل نمطية رتيبة تربط بين وحداته ، وانما الى حركة دينامية متغيرة تعكس الأوضاع السائدة فى كل مجتمع وما يموج به الواقع فى كل مجتمع من متغيرات ويلعب فى اطارها احد العناصر دورا مسيطرا على العناصر الأخرى ، وفقا للظروف السائدة فى كل مجتمع ، وطبيعة المرحلة التاريخية التى يمر بها . وبالتالى ، فان محاولة النظر الى النموذج فى اطار العلاقات السببية ، أو تحديد متغيرات مستقلة واخرى تابعة سوف يوقعنا فى اسار النظرة الاحادية أو الحتمية . ومن ثم فان افضل اسلوب للنظر الى عناصر هذا النموذج تكون فى شكل عناصر متكاملة يعتمد كل منها على وجود الآخر . ويظهر الشكل التالى عناصر النموذج المقترح :

---

(١) انظر) على سبيل المثال نتائج بحث الدراسة التالية :
عبد الفتاح عبد النبى ، الاعلام وهجرة المصريين ، دراسة فى الدور التنموى . للاعلام ، القاهرة ، مكتبة النهضة المصرية ، ١٩٨٩ .

(٢) المرجع السابق ، ص ٢٨١ .



(العناصر الاساسية لعمليـــات الاتصال فى المجتمع)

ويظهر النمـوذج أن أجهزة الاعـلام الجمـاهيرى لا تعمـل فى فراغ اجتماعى ، وانما تدخل هذه الأجهزة مع بقية النظم والمؤسسـات الاجتماعية الاخرى القائمة فى المجتمع فى شبكة محكمة من العلاقات التبادلية فيما بينها . فمن ناحية تخضع هذه الأجهزة فى ادائها لوظائفها وفى كافة عملياتها لطبيعة البنـاء الاجتماعى والسياسى السـائد فى هذا المجتمع ، فهو الذى يحدد نمط ملكية هذه الأجهزة واساليب تنظيمها وادارتها ، ويفرض الأيديولوجية التى تعمل أجهزة الاعـلام فى اطارها ويحدد الوظائف والمهـام التى تؤديها فى المجتمع . ومن ناحية أخرى يمثل البنـاء الاجتماعى والسـياسى مصـدرا من مصـادر المعلومات التى تستقى منهـا أجهزة الاعلام الوقائع والاحداث . ويؤثر بالتالى على نوعية ما يبث عبر هذه الاجهزة من معارف وافكار .

ومن ناحية أخرى ، فان عمليـات أجهزة الاعـلام ، تؤثر على الانظمـة الاجتماعية السياسية القائمة . وقد أوضح « باى » (Pye) ان أجهزة الاعلام تزود الأفراد بالمعلومات السياسية وبجوهر السياسات القائمة . ومن خلالها يمكن تقويم الانشـطة السياسية أو الاطـار الذى ينبغى ان يربط الحكـام بالمحكمين فى النظام السياسى الديمقراطى(١) . وقد اظهرت الابحاث الميدانية ، ان أجهزة الاعلام تسـهم فى بلورة الرأى العام وفى توفير قاعـدة أسـاسية لنظم المشـاركة السياسية أو ما يطلق عليه المشـاركة الشعبية فى الشئون العامة لمجتمعاتهم عن طريق ابداء الآراء حول القضـايا المختلفة التى قد لا يهتم بها الأفراد فى حالة المجتمعات التقليدية أو المنعزلة وبحصول الأفراد على المعلومات الضرورية حول القضايا والموضوعات المختلفة التى تمس مجتمعهم وعن طريق ابداء الآراء والتعبير عن هـذه القضـايا ، فان الفرد يصبح طرفا فى شبكة الاتصـال القائمة .

وهكذا ، توجد علاقة تأثير وتأثر بين أجهزة الاعلام من ناحية والانظمـة الاجتماعية والسياسية القائمة فى المجتمع من ناحية أخرى ، وأن هذه العلاقة ينبغى أخذها فى الاعتبـار عند فهم عمليـات أجهزة الاعلام أو تحـديد دورها فى المجتمع وموقفها ازاء المشـكلات المختلفة .

على أن ما يدور داخل المؤسسات الاعلامية ذاتها ، هو الأكثر اهميـة فى العملية كلهـا . حيث من الواضـح انقدرة أجهزة الاعلام على تحقيق اتصال فعـال يتوقف على ما يدور داخل هذه المؤسسـات . وما تفرضه من قيـود وقواعد تنظيميـة وبيروقراطية وكذلك ما تفرضه متطلبـات العمل والانتـاج الجمـاهيرى من ضغوط السرعة والمنافسة والبعـد عن التكرار والاخراج ، والمساحة ، والامكانيات المادية ... الخ . وهى ضغوط تفرض على العمل

---

(١) Lucion Pye, Communication and Political Development Prin centon, Princeton University Press, 1963, P. 3.

داخل المؤسسات الاعلامية وتؤثر بالتالى على مخرجات هـذه المؤسسـات وتشكيل هذه المخرجات بصورة معينة .

وقد اشار اليوت (Elliot) الى تأثير اساليب العمل داخل المؤسسات الاعلامية على مضمون ما يذاع أو ينشر من مواد اعلامية ، حينمـا تحدث عن الطبيعة المحدودة جدا للمجال الذى تستمد منه مصـدر المعلومة التى تذاع عبر أجهزة الاعلام ، فهى محدودة أو مقصـورة على افكار فريق العمل ، وما يتوفر لديهم من اتصـالات شخصية ، والمعرفة الملائمة بالموضـوع ، وما يرد على وكالات الأنباء ، واكد « اليوت » ان المضمون فى النهـاية غالبـا ما يخضـع لاشـكال العرض ومتطلباته ، وجذب اهتمـام الجمهور اكثر من رغبة نقـل اى شىء ذى معنى له (١) .

ولعل ذلك ينقلنـامباشرة الى دور القـائمين بالاتصـال الجمـاهيرى والذين يعملون داخل المؤسسـة الاعلامية وهؤلاء الافراد كمـا هو واضـح فى النموذج يمثلون حلقـة الوصـل بين المؤسسات الاعلامية والمجتمع . فمن ناحية ، يرتبط هـؤلاء بالمجتمع باعتبارهم اعضـاء يعيشون فيه ويستمدون منه انتماءاتهم واصولهم الاجتماعية ، وقد قام المجتمع بتأهيلهم وتقديمهم للعمل داخل المؤسسات الاعلامية . ومن ناحية اخرى تضع المؤسسـات الاعلامية قواعد وشروط توظيف هؤلاء الأفراد بها وذلك على ضوء بعض الاعتبارات كالمؤهلات العلمية والمكانة الاجتمـاعية ... الخ . وتكمن اهميـة فهم دور القـائمين بالاتصـال الجماهيرى وتأثيرهم فى عمليـة الاتصال فى جانبين الأول : تأثيرهم على اساليب العمل داخل المؤسسة الاعلاميـة ، وفى عمليـة انتـاج المواد الاعلامية ، والثانى : تأثيرهم على المجتمع والجمهـور وذلك على ضـوء فهم الجمهور لمـا يتمتعون به من خصـائص كالمكانة الاجتماعية والخبر الوظيفيـة والمصداقية ... الخ .

على أن ما نود ان نلفت النظر اليه ، وتؤكده المعطيات الميدانية(٢) أن هؤلاء الأفراد (القائمون بالاتصـال) كثـيرا ما لا يكونون بفعـل الأهداف والادوار المتباينة والضـغوط التى يعملون فى اطارها فى حالة اتصـال حقيقى مع الجمهور ، كمـا تصـورهم النمـاذج عـادة ، وحينما يكونون فى حالة اتصـال ، فان توجههم يكون غالبا نحو جمهور خاص ومحدود للغاية ويقتصر فى معظم الاحوال على رؤساء العمل وزملاء المهنـة او المسـئولين فى الاجهزة

---

(١) Denis McQuail, Towards A Sociology of Mass Communication Collier Macmillan London, 1980 P. 184.

(٢) انظر المرجع التالى :

عبد الفتـاح عبد النبى ، سسيولوجيا الخبر الصـحفى ، دراسـة فى انتقاء ونشر الاخبـار القاهرة ، العربى للنشر والتوزيع ، ١٩٨٩ ص ٢٢٥ .

التنفيذية الذين يستقون منهم المعلومات ، واذا سلمنا بذلك ، فان ثمة احتمال بالا يكون هؤلاء مهتمين بالسعى للتأثير فى الجمهور العام او المقصود كما قد لا يكون لديهم تصور محدد عن الجمهور الذى يتوجهون اليه ، مما يضعف من فاعلية الاتصال .

ويخرج المضمون الاعلامى من الوسائل الاعلامية الى الجماهير ، على ان هذه الجماهير المتعددة والمتنوعة المصالح والاهتمامات ، تتلقى هذه المضامين فى اطار ثقافة شعبية معينة وتتحدد بالثقافة الشعبية مجموعة الأفكار البسيطة التى تنتشر بين عامة الشعب وتعبر عن النفسية الاجتماعية لرجل الشارع ومشاعره واحاسيسه واساليب تفكير الناس وتعكس ظروف حياتهم ونمط تفاعلاتهم اليومية مع بعضهم البعض ومع البيئة .

وتشكل الثقافة الشعبية بهذا الفهم ، الصورة النمطية (Stereotype) التى تتلقى وتفسر الجماهير على ضوئها المضامين الاعلامية ويقومون بتطويعها بصورة تلقائية وانتقائية وفقا لتصوراتهم وتوقعاتهم واهتماماتهم واحتياجاتهم ، وتلعب هذه الخبرة الاجتماعية للفرد ومعتقداته الشخصية والاجتماعية الدور الاساسى فى تحديد امكانياته فى التعرض للمضامين الاعلامية وفى درجة تأثره بهذه المضامين بصورة مباشرة .

وكما هو واضح من النموذج ، فان المضمون الاعلامى ، قد يصل مباشرة الى الافراد فى المجتمع او يمر عبر قنوات الاتصال الشخصى التى تلعب دورا بالغ الاهمية — كما يصور النموذج — فى نقل المضامين الاعلامية وفى تدعيم او اعاقة نشر هذه المضامين وتحديد كفاءتها التأثيرية . وقد اتضح هذا الدور من خلال دراسات عديدة منها على سبيل المثال ، الدراسة التى اجراها « بول نيوراث » على برامج الراديو فى قرية هندية . فقد وجد «نيوراث» انه فى المواقف الضابطة حيث كان المستمعون اشخاصا فى وضع عادى لم تمارس هذه البرامج اى تأثير ولكن حيثما نظمت جماعات الاستماع واديرت مناقشات حول البرامج بعد اذاعتها مباشرة احدثت هذه البرامج تأثيرا كبيرا واتبع اغلب المستمعين الاقتراحات التى قدمتها(١) .

ويذهب البعض الى ان عضوية الجماعات الصغيرة الاولية كالأسرة ، والدائرة الحميمة من الأصدقاء ، أقوى تأثيرا فى تقرير قيم الفرد واتجاهاته وسلوكه من اى تأثيرات تقوم بها اجهزة الاعلام فيلجأ الأفراد الى هذه الاجهزة سعيا وراء ما يريدونه وليس ما تريد وسائل الاعلام ان تحدث فيهم من آثار . وللافراد فى ذلك خيار ضخم نظرا لتعدد وسائل الاعلام وكثرة

---

(١) نقلا عن محمود عودة ، اساليب الاتصال والتغير الاجتماعى ، مرجع سابق ، ص ١١٢ .

وحداتها ، كما أن للأفراد دفاعاتهم لهم يدافعون عن معتقداتهم الراسخة كما يميلون للاعتماد على فئاتهم الاجتماعية ومرشديهم الخصوصيين ، وتعمل القنوات الشخصية للإعلام جنبا مع وسائل الاعلام وتقوم بتصفية الرسائل الصادرة من هذه الوسائل ، ولما كان كل فرد مقصورا فى شبكات من الاتصال الشخصى فان نجاح أى رسالة صادرة عن أجهزة الاعلام يتوقف على مدى تأييد البيئة الاجتماعية أو الشبكة أو معارضتها للرسالة(١) .

وتتأثر قنوات الاتصال الشخصى كما هو الحال فى قنوات الاتصال الجماهيرى بالعديد من المتغيرات فهى أولا : تتأثر بما يتوافر لدى الأفراد من قدرات على الاتصال والتفاعل مع بعضهم البعض وهى القدرات التى تتحدد على ضوء السمات الشخصية ، والمكانة الاجتماعية / الاقتصادية للفرد ، والدور الذى يلعبه فى الحياة العامة ، كما تفرض القيم الثقافية السائدة وطبيعة البناء الاجتماعى والسياسى التأثيرات الفاعلة أيضا على قنوات الاتصال الشخصى .

وعلى ضوء خصائص المضمون المقدم ، ونمط الثقافة الشعبية السائدة التى يتداول المضمون خلالها ، والخبرة الاجتماعية لأعضاء الجمهور وسماتهم الشخصية والاجتماعية وخصائص البناء الاجتماعى ومدى التفاعل ومساندة قنوات الاتصال الشخصى ، تتحدد أنواع ومستويات التأثير فى العملية الاتصالية. فقد تأخذ هذه التأثيرات شكل تغيير رؤى وطموحات الافراد أو زعزعة مجموعة من القيم والاتجاهات السائدة وابراز قيم أخرى أو الحد من كثافة اتجاهات معينة . وقد تأخذ التأثيرات شكل تدعيم بعض القيم والاتجاهات ، وقد يقتصر التأثير على تزويد الأفراد بالمعارف والمعلومات . وقد يمتد ليشمل تشكيل الآراء والاتجاهات وتغيير أنماط السلوك ، وحول مستوى التأثير : قد يتحدد هذا المستوى فى الفرد أو فى الجماعات الاجتماعية أو النظم الاجتماعية أو المجتمع ككل ، وقد تأتى هذه التأثيرات آنية وعاجلة وقد تأخذ صورة تراكمية وممتدة . وكما هو واضح فى النموذج فان هذه التأثيرات تؤثر بدورها على الثقافة الشعبية والخبرة الاجتماعية للأفراد تدعيما أو تغييرا فكأن هناك علاقة جدلية بين الثقافة والاتصال ، فالثقافة الشعبية تؤثر على الطريقة التى يتعامل بها الأفراد مع أجهزة الاعلام ، كما أن مضامين هذه الأجهزة ونتائج عملياتها يؤثر فى الثقافة السائدة وهكذا .

على أننا نعود فنؤكد أن التأثيرات التى تفرزها عمليات الاتصال بنمطيها الشخصى والجماهيرى تظل محكومة بصرامة بالبناء الاجتماعى

---

(١) عبد العزيز شرف ، وسائل الاعلام ومدينة العادات والتقاليد ، مجلة المنهل ، العدد ٤٦٣ ، السنة ٥٤ ، المجلد ٤٩ ، مايو ١٩٨٨ ص ٢٤ .

والسياسى والثقافى ، الذى يعيش فى اطـــاره الفرد ، فقـــد يعجب الفرد بفكرة جرى نقلها اليه خلال العملية الاتصالية ، ولكنه لا يتمكن من ممارستها لضغوط قد يتعرض لهـــا بفعل عوامل قد تتعلق بالامكانيات أو مجموعة القيـــم والمعايير والأعراف الســـائدة بين الجماعات الاجتماعية التى يتعامل معها الفرد وان كان ذلك لا يمثل حكمـــا عاما ، حيث أن الأمر سيختلف باختلاف نوعية الافكار والتصرفات المطروحة وايضـــا باختلاف الافراد من حيث السمات الشخصية والاجتماعية ومدى التزامهم بمعايير الجمـــاعة ومع ذلك وبافتراض عـــــدم توافر الامكانيات المـــادية للفرد أو شدة ولائه لمعايير الجماعة فان الفكرة تظل كامنة لديه حتى تتهيأ له الظروف لممارستها .

ويعد قيـــاس رد الفعل للرســـائل الاعلامية التى توجهها اجهزة الاعلام الى الجمهور من اهم العمليـــات المؤثرة فى عمليـــة الاتصال ولا تقل أ همية عن دور القائمين بالاتصـــال فى العملية كمـــا يصور النموذج ، فاذا كان رد الفعل فى الاتصـــال الشخصى تلقائيا ومبـــاشرا ويستطيع القائم بالاتصـــال على ضـــوء ردود افعـــال المتلقى تغيير وتكييف منبهاته باستمرار مما يحقق دعمـــا وفعالية أكبر لهذا النوع من الاتصـــال ، فان الأمر جـــد يختلف فى الاتصـــال الجماهيرى فالقائمين بالاتصـــال الجمـــاهيرى ليسوا على اتصـــال مبـــاشر بالجمهور وفى اغلب الأحوال ليس لديهم معلومات كافية عنه ، كمـــا أن هذا الجمهور غير متجانس ومتباعد ويعيش فى أطار ظروف وأوضاع متباينة وما لم يكيف القائمون بالاتصـــال رسائلهم باستمرار وفقا لهذه المتغيرات فمن المحتمل فشـــل عمليـــة الاتصال برمتها .

على أن أغلب نمـــاذج الاتصـــال ، قد اختزل هـــذه العمليـــة — على أهميتها — فى مجرد خط يتجه مؤشره من الجمهـــور الى القـــائم بالاتصـــال متجاهلين بذلك أن هذه العملية يقـــوم بهـــا فى الأســـاس أو هى على الأقل مسئولية القائمين بالاتصـــال انفسهم أو المؤسســـة الاعلامية التى يعملون بهـــا حيث تلعب الابحاث والمسوح والدراسات التى تقوم بهـــا المؤسســـة على الجمهور دورا فى توفير بيانات حول رد فعل الجمهور لرســـائل هـــذه المؤسســـة . ومن هنـــا يصور النموذج هـــذه العمليـــة فى خط ذى مؤشر مزدوج ، حيث قد يأتى رد الفـــعل من أعضـــاء الجمـــهور الى المؤســـسة الاعلامية أو تقـــوم المؤسسة بنفســـها بمهمة التعرف على رد الفعـــل لدى الجمهور . وتكمن أهمية ذلك فى توجيه الانتبـــاه الى ضرورة قيام المؤسسات الاعلامية — وباستمرار كمهمة أســـاسية — باجراء الدراسات والمســـوح للتعرف على خصائص جمهورها وردود افعالهم تجاه رسائلها وعدم الاكتفاء بانتظار قدوم رد فعـــل الجمهور اليهـــا بالطرق التقليـــدية أو بمبـــادرة من الجمهور ذاته حتى يمكن رفع كفـــاءة الاتصال .

فاذا انتقلنـــا الى البعد الدولى فى النموذج ، نجد أن هذا العنصر ،

الذى تجاهلته حتى الآن معظم نمـاذج الاتصـال على خطورته يمارس دورا مباشرا ومؤثرا فى العملية الاتصـالية من خلال علاقته بثلاثة عناصر أساسـية فى النموذج وهى : البنـاء الاجتمـاعى والسياسى والمؤسسة الاعلاميـة ، والمجتمع كأفراد ، وذلك فى اطار علاقات القوى السـائدة فى عالم اليـوم ، وممارسة الدول الكبرى والمتقدمة نفوذا متزايدا على المجتمعات الاقل تقدما . وبصـفة عامة يمكن القول أن البعد الدولى يؤثر فى عملية الاتصال من خلال اربعة ابعاد اسـاسية : البعد السياسى الايديولوجى ، البعد الاقتصادى التكنولوجى ، البعد التنظيمى أو المؤسسى ، البث الاعلامى المباشر .

فمن الثابت انقسام العالم الى دول متقدمة واخرى اقل تقدما ، وأن هذه الدول المتقدمة ، تحاول فى تعاملاتها مع الدول الاقل تقدما فرض توجهاتها السياسية والفكرية ، والتأثير فى نظم ومؤسسات الحكم فى المجتمع النامى ، ويبدو التأثير واضـحا فى هـذا المجـال فى تدخل هذه الدول بصورة مباشرة أو غير مبـاشرة فى تحديد طبيعة وضـعية أجهزة الاعلام وبالذات فيما يتعلق بنمط الملكيـة وأسـاليب أداء أجهزة الاعـلام وتوجهاتها الأيديولوجية بحيث تتفق مع نظم وأساليب ادارة هذه الاجهزة فى الدول المتقدمة على تنوعها .

اما فيمـا يتعلق بالبعـد الاقتصادى التكنولوجى ، فاننا نجد أن السوق الراسمالية العالمية تمارس دورها فى تزويد المؤسسات الاعلامية بالوسـائل التكنولوجية وادوات الاتصـال الحديثة والتى تؤثر بصورة مباشرة على كفـاءة عملية الاتصال فى المجتمع المحلى . ويرتبط البعد التنظيمى أو المؤسسى بالبعدين السابقين ، ويتمثل فى الرابطة التى تربط بين المؤسسـات الاعلاميـة المحلية والمؤسسات الاعلامية العالمية ووكالات الأنباء وشركات الاعلان والاتصـال الدوليـة . وطبيعة العلاقات القائمة بينهما ، حيث تمارس المؤسسات الدولية بصفة عامة سواء بطريق مباشر أو غير مباشر دورها فى التأثير على المؤسسات الاعلامية المحلية(١) عن طريق التحكم فى تزويدها بالبيانات والمعلومات اللازمة حول الأحداث والوقائع التى تدور فى مختلف انحاء العالم ، بل وفى كثير من الأحيـان بالمعلومات المحلية التى تعجز أجهزة الاعلام المحلية نتيجة لضـعف امكانياتها المـادية أو لسوء عمليـات التنظيم والادارة أو بفعل عمليات التقييد والتوجيه الصارمة التى تتعرض لهـا هذه الأجهزة فى العديد من بلدان العالم الثـالث .

اما البعد الرابع ، فيتمثل فى البث المباشر ، سواء من خلال الصـحف

---

(١) للوقوف على عرض مفصـل لطبيعة هذا التأثير وعلاقة التبعية التى تربط المؤسسات الاعلامية المحلية بالمؤسسات الاجنبية . انظر :
عواطف عبد الرحمن ، قضـايا التبعية الاعلامية والثقافية فى العالم الثالث ، عالم المعرفة ، الكويت ، ١٩٨٤ .

الأجنبيـــة الوافدة أو الأذاعات الدوليـــة ، أو البث التليفزيونى عبر الأقمـــار الصناعية . وتؤثر هـــذه المضامين على ثلاثة عنـــاصر أساســـية فى العملية الاتصالية ، العنصر الأول اجهزة الاعلام المحلية حيث عادة ما يستنفذ جانبـــا كبيرا من جهد هذه الأجهزة فى ازالة آثار المضـــامين الوافدة وبالذات غـــير المرغوبة أو المناهضة لسياسة الدولة ، والعنصر الثانى ، على قنـــوات الاتصال الشخصى ، حيث تتولى هذه المضامين الوافدة تغذية هـــذه القنوات بالمعلومات والوقائع وبالذات تلك التى تتجاهلها قنوات الاعلام الرسمية ، المحلية ، أما العنصر الثالث فيتعلق بالجمهور حيث تترك المضـــامين الاجنبية تأثيرات مباشرة على الجمهور المحلى .

ومن الجدير بالذكر ، ان فاعلية وتأثير المحاور الاربعة المتعلقة بالبعـــد الدولى ، تتوقف على طبيعة نظم الحكم المحلية واســـاليب الحياة الثقافية لهذه المجتمعات حيث ان المؤسســـات الاعلامية فى بلدان العالم الثـــالث وقنوات الاتصـــال الشخصى ، وافراد الجمهور فى هذه المجتمعـــات ليســـوا متلقين سلبيين للتأثيرات القادمة من قنوات الاتصـــال الدولية وانمـــا تلعب نظـــم الحكم والخصوصية الذاتية والثقافة الشعبية دورا مهمـــا فى تحـــديد مـــدى الدور الذى تلعبه هذه القنوات وفى عمـــق تأثيرها على جمهور هذه المجتمعات وعمليـــة الاتصـــال بها بصـــفة عامة .

الفصل الثالث

تكنولوجيا الاتصال (الماهية والتوظيف)

الفصـــل الثـــالث

تكنولوجيا الاتصـــال (المـــاهية والتوظيف)

اظهر العرض الســـابق لماهية الاتصـــال وعمليـــاته ، ان الاتصـــال على اختلاف اشـــكاله ومستوياته يتحقق من خلال وســـيط ، هذا الوسيط يلعب دورا مهم فى عملية الاتصـــال والتأثير على نتائجهـــا(*) . ومهمة هـــذا الفصل ، هو تسليط الضوء على هذا الوسيط التكنولوجى ، ومحاولة التعرف على ماهية تكنولوجيا الاتصـــال وخصـــائص هـــذه التكنولوجيا ومدلولاتهـــا الثقافية واسلوب توظيفهـــا فى الحيـــاة العامة كمدخل يساعدنا فيمـــا بعد على فهم طبيعة العلاقة بين هـــذه التكنولوجيا والثقافة المحلية وهو الهـــدف الأســـاسي من هـــذا العمل .

١ ـ مفهوم تكنولوجيا الاتصـــال :

يشـــير معجم اللغـــة الانجليزية (oxford dictionary) ان كلمـــة (Techni) تعنى اسلوب اداء او المهنـــة ، وان كلمة (Technology) تعنى العلم الذى يدرس تلك المهنـــة ، وترتبط كلمة تكنولوجيا فى اذهان العـــامة بالادوات والالات المتطورة الحديثـــة التى يبتكرها الانســـان لتدعيم قدرته على التعـــامل مع البيئـــة التى يعيش فيهـــا(١) . فالانســـان لديه قدرة على البصر لكن هـــذا البصر الانســـانى محدود ، فسعى الانســـان الى اختراع اداة او وســـيلة يســـتطيع من خلالهـــا ان يلاحظ بدقة الاشـــياء المتناهية فى الصغر او تلك التى تقع على مسافات بعيدة ، فكـــان ابتكـــار ادوات الميكروسكوب والتلسكوب وغيرها ، كمـــا يوجد لدى الانسان جهـــاز الســـمع ولكنه ايضـــا محدود وقاصر فسعى الى ابتكار وسيلة تمكنه من ســـماع الأصوات التى تصدر على بعد آلاف الكيلـــو مترات ، فجاء اختراع الراديو والتليفزيون وغيرها ، وهكذا يشـــير مصطلح التكنولوجيا الى مجمل الحيل او الطرق او الوســـائل التى يستخدمها الانســـان فى تلبية احتياجاته ومعالجة ما يواجهه من مشـــكلات فى حياته اليومية .

(*) فى الاتصال الشخصى مثلا ، تعد اللغة ، والاشـــارات ، والرموز والخطابات وشريط التسجيل ... الخ وسيط تكنولوجى لتحقيق الاتصـــال كمـــا تعد الصحف ، والراديو ، والتليفزيون ، والسينما والكتـــاب ... الخ وسائط تستخدم فى مجـــال الاتصـــال الجماهيرى .

(١) ابراهيم السمان ، تعامل غير متوازن ، مجـــلة العربى ، مـــايو ، ١٩٨١ ص ٦٠ .

وقد شاع استخدام مفهوم التكنولوجيا فى الآونة الأخيرة فى العديد من الكتابات ، بيد أن المدقق فى هذه الكتابات — على اختلافها يلاحظ تفاوت نظرتها الى هذا المفهوم وتراوح استخدامه بين التطبيق الذى يقصر المفهوم على مجرد الطريقة أو الأداة التى يستخدمها الانسان فى عمل أو عملية ما والشمول الذى يوسع من نطاق المفهوم ليشمل مجموع الآلات والأنظمة ووسائل السيطرة والتجميع والتخزين ونقل الطاقة والمعلومات ... الخ كما يلاحظ أن البعض قد يقصر اطلاق هذا المفهوم على الاختراعات والتقنيات الحديثة وبالذات المستوردة من الدول المتقدمة فى حين قد يشير مفهوم التكنولوجيا لدى البعض الآخر الى كل الاختراعات والتقنيات الحديثة والقديمة التى يستخدمها الانسان فى تلبية احتياجاته اليومية ، وبذلك ، فان المحراث اليدوى الذى يستخدمه الفلاح فى حرث الارض ، والشادوف الذى يستخدمه فى رفع المياه ورى مزروعاته ، تعد أدوات تكنولوجية تلبى للفلاح حاجته للزراعة ، وتساعده على حل المشكلات التى تواجهه فى هذا المجال مثلما هو الحال مع المحراث الآلى وماكينة الرى فالاختلاف بين الآلتين ، المحراث اليدوى والمحراث الآلى هو اختلاف فى القدرة على الأداء ، والكفاءة فى تلبية الاحتياجات ومعالجة المشكلات . كذلك ، فان قرع الطبول ، أو اشعال النار ، أو الصعود الى المآذنة للآذان أو الكتابة على الحائط تعد فنون تكنولوجية تستخدم فى مجال الاتصال ونقل المعانى للآخرين تماما مثلما هو الحال مع الراديو أو التليفزيون أو الصحيفة ... الخ . ومع اختلاف القدرات بينهما ، الا انها جميعا تعد أدوات تكنولوجية كان وما يزال يستخدمها الانسان لتلبية رغباته فى الاتصال وتحقيق التكامل مع الآخرين .

ويفرق البعض بين التكنولوجيا والعلم فالتكنولوجيا فن معرفة الوسيلة فى حين أن العلم هو معرفة العلة(١) . ويرى « سيد عويس » أن التكنولوجيا نشأت مستقلة عن العلم طوعها الانسان بالتجربة . لقد عرف الانسان مثلا تكنولوجيا التعدين كاستخلاص الحديد والنحاس والذهب وغيرها من خاماتها قبل أن يلم بالمعارف العلمية التى تستند عليها عمليات الاستخلاص. وعرف الانسان الفلاحة واختيار المحاصيل وتربية الحيوان قبل أن يلم بالمعارف العلمية عن دوره حياة النبات وعلوم الوراثة . بيد انه يرى انه مع التقدم السريع الذى أحرزته البشرية فى مجال العلوم اصبحت العلاقة بين العلم والتكنولوجيا علاقة وثيقة عطاءا وأخذا ، فقد قامت مثلا تكنولوجيا الاتصال عبر الاقمار الصناعية على أساس من نتائج علوم الفضاء

---

(١) فلاح سعيد جبر ، مشاكل نقل التكنولوجيا ، المؤسسة العربية للدراسات والنشر ، بيروت ، ١٩٧٩ ص ٥ .

والفلك والالكترونيات ، كما أن هذه التكنولوجيا قد زادت من قدرة هذه العلوم على ارتياد مجالات افسح واعمق(١) .

وفى مجال الكتابات الاعلامية كثيرا ما تظهر كلمة التكنولوجيا مقرونة بكلمة اخرى كالمعلومات أو الاعلام أو الاتصال ... الخ . فيقال تكنولوجيا المعلومات أو تكنولوجيا الاعلام أو الاتصال ، وهى قد تشير لدى البعض الى تلك الأدوات التى تستخدم فى تدعيم قدرة الانسان على نقل المعلومات وتبادلها مع الآخرين وقد يمتد المعنى لدى البعض الآخر ليشير الى النشاطات الخاصة بانتاج وتشغيل وتخزين ونقل ومعالجة ونشر المعلومات وهى العمليات التى تتضمن النشاطات التقليدية كالابحاث والدراسات والمكتبات والطباعة والنشر والتليفزيون والاذاعة والصحافة ، وكذا النشاطات المستحدثة كالاستشعار عن بعد والاتصالات الهاتفية والتلغرافية واجهزة الكمبيوتر وتخزين المعلومات واسترجاعها(٢) .

وايا كان الأمر ، ومع ادراكنا لاهمية دراسة تكنولوجيا الاتصال بوصفها مجمل المعارف والخبرات المتراكمة والمتاحة والادوات والوسائل المادية والتنظيمية والادارية المستخدمة فى نقل وتبادل المعلومات بين الافراد والمجتمعات الا انه فى اطار اهداف العمل الراهن ومتطلباته فان فهمنا لتكنولوجيا الاتصال سيقتصر على اساس انها : « **الوسيط المستخدم فى نقل وتداول المعلومات والأفكار بين الافراد فى المجتمع** » .

وتكنولوجيا الاتصال بهذا المعنى قد تطورت تطورا كبيرا وتعددت انواعها ومجالاتها حتى اصبح العالم الذى نعيش فيه فى الوقت الحاضر يتقلص ويتضاءل يوما بعد يوم وربما لحظة بعد اخرى ، واصبحت المعلومات عن هذا العالم تكاد أن تكون متبادلة بين المجتمعات الانسانية على اختلافها وذلك بفضل ما استحدث من فتوحات علمية تكنولوجية فى مجال الاتصالات السلكية واللا سلكية والأقمار الصناعية وغيرها وتزايدت حدة المنافسة بين الدول الصناعية الكبرى فى مجال تطوير اجهزة الاتصال ارسالا واستقبالا وشملت هذه المنافسة اجهزة الراديو واجهزة الاستقبال التليفزيونى واجهزة الفيديو وكاميرات التصوير ، والنقل التليفزيونى وآلات الطباعة الاليكترونية والمستقبلات الهوائية وكابلات البث التليفزيونى واجهزة التقاط المعلومات والارسال

---

(١) سيد عويس ، علم الاجتماع فى المجتمعات النامية بين الاستقلال والتبعية ، فى اشكالية العلوم الاجتماعية فى الوطن العربى ، مؤلف جماعى ، المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية ، ١٩٨٤ ص ٢١٨ .

(٢) انطوان زحلان ، الشروط الواجب توافرها لمشاركة عربية فى التكنولوجيا المتقدمة ، ندوة التكنولوجيا المتقدمة ، منتدى الفكر العربى ، عمان ١٩٨٦ ص ٢٢ .

الاذاعى والاقمار الصناعية كوسيلة لتبادل الارسال والبث المباشر بين المناطق الجغرافية المختلفة

ويفيد هنا أن نسلط الضوء على بعض الوسائل التكنولوجية الكبيرة ، والصغيرة المستخدمة فى مجال الاتصال :

(أ) تكنولوجيا الاتصال الكبيرة :

يقصد بتكنولوجيا الاتصال الكبيرة تلك الوسائل المستخدمة فى نقل المعلومات وتداولها على نطاق جماهيرى واسع ويقف خلفها تنظيمات مؤسسية تمولها وتديرها وتوجه مضامينها أو بعبارة أخرى ، هى الوسائل التى تشكل نظام الاتصال المركزى فى المجتمع ومن هذه الوسائل :

١ — الصحف :

الصحيفة مطبوع دورى يصدر بصفة منتظمة تحت عنوان ثابت وفى موعد محدد و يتولى هذا الاصدار هيئة أو مؤسسة أو دار نشر ، تضم فريق من العاملين لكل منهم مهام محددة وتحمل الصحف الرسائل فى شكل كلمات مطبوعة توضع فى نظام وتسلسل خاص كما توضع الرسائل فى شكل منسق جذاب ، وتتجه الصحف برسائلها المتنوعة التى تحملها الى هؤلاء الأفراد الذين يعرفون القراءة ، وهى بذلك ، تتطلب وجود مستوى ثقافى معين لدى الفرد المتلقى .

وتعد الصحف اقدم وسائل الاتصال الجماهيرى قاطبة حيث يعود بداية الاتصال المطبوع الى منتصف القرن الخامس عشر حينما اخترع جوتنبرج الطباعة بالحروف المتحركة (١) وظلت الصحف منذ هذا التاريخ فى نمو مطرد لا تقف دونه عوائق يمدها العلم والاختراع بكل ما يدفعها قدما الى الأمام بداية من تطور الطباعة الى تقدم وسائل المواصلات حتى بلغت مكانتها الحاضرة ، وما زال العلم والتكنولوجيا يزودانها بالضخامة والزيوع والانتشار حتى غدت فى الوقت الحاضر صناعة ضخمة متميزة لها أصولها الفنية والادارية والتحريرية .

وتتعدد أنواع الصحف فهناك الجريدة اليومية والمجلة الاسبوعية أو الشهرية أو الفصلية ، وهناك الصحف العامة والأخرى المتخصصة ، ولكل نوع من هذه الانواع أدوار معينة فى نقل الرسائل الاعلامية(٢) . فاذا كانت

---

(١) خليل صابات ، وسائل الاعلام نشأتها وتطورها ، القاهرة ، مكتبة الانجلو المصرية ، ١٩٧٦ ص ٣٦ .

(٢) حسين فوزى النجار ، الاعلام المعاصر ، سلسلة اقرأ ، يناير ١٩٨٤ ، ص ١١١ .

الصحيفة اليومية تنقل الى القارىء صـــورة سريعة لوقائع الحياة اليومية ، فان المجلات — كل فى ميدانها — تزود القارىء بالمعـــارف والمعلومات والتحقيقات المتعمقة لحدث من الاحداث لا تحتمل الصحيفة اليوميـــة الافاضة او الالمـــام بكل نواحيه . كما ان المجلات المتخصصة ، تزود الفرد بكل جديد فيما تتخصص فيه من العلوم والآداب والفنـــون .

ومع هـــذا التنوع فى ادوار الصحف ، فانها جميعا تنفرد عن بقية وسائل الاعلام بعـــدة مميزات وخصـــائص منها :

١ — القدرة على تقديم حزمة من المضامين المتنوعة والمسهبة ووجهات النظر المختلفة فى آن واحد .

٢ — اتاحـــة الفرصـــة امـــام المتلقى للســـيطرة على توقيت التعرض بالطريقة التى تناسبه لقدرة الصـــحيفة على الاحتفـــاظ بالمعلومات .

٣ — توفير عنصر المشـــاركة الايجابية بين المتلقى والمـــادة الاتصالية ، حيث تتطلب عمليـــة القراءة نشـــاطا وتركيزا معينا من جانب الفرد .

٢ — الراديو :

الراديو وســـيلة من وسائل الاتصـــال بالجمـــاهير ،تتألف من جهازين الأول : اكثر ضـــخامة وتعقيـــدا للبث الاذاعى أو محطة ارسال عادة ما تديرها هيئـــة او مؤسســـة حكومية ، يتم من خلال هذه المحطـــة تركيب الصـــوت البشرى او الرسائل التى يراد نقلها الى الافراد على موجات كهرومغناطيسية متنوعة التردد من حيث الطول والقصر ، وتســـير هذه الموجات حاملة الرسالة الصوتية الى مســـافات متباينة من الكرة الأرضـــية وفقا لطول ترددها متخطية الحواجز والعقبـــات . والثانى : جهاز استقبال يحوزه الفرد يتم من خلاله تنقية الصوت البشرى من الموجة الحاملة وسماعة بصورة طبيعية . وتتعدد قنوات الارســـال الاذاعى ، كمـــا تتعدد الرسائل التى تحملها الى الأفراد . ويستطيع الفرد المتلقى من خلال جهـــاز الاستقبال الانتقاء من بين هذه القنوات الرسائل التى يرغب فى التعرض لها تماما مثلمـــا هو الحال فى الصحيفة .

ويســـتطيع الراديو بمـــا يتميز به من خصـــائص من الوصـــول الى مختلف الجماعات الاجتماعية على تباين مواقعها ومستوياتها الاجتمـــاعية والثقافيـــة كمـــا انه وســـيلة تتميز بالمرونة وســـهولة الاستخدام والفورية فى نقل الاحداث فى التو واللحظـــة ، وســـاعد اختراع الترانزســـتور على ســـهولة حمـــل الراديو ومصاحبته للفرد فى تجواله وترحاله . ويتيـــح اســـتخدام المؤثرات الصوتية ، والموسيقى ، والحوار المزيد من الجاذبية والحيوية فى الرسائل التى

يقدمها الراديو(١) . وفضـــلا عن ذلك ، فان الراديو ينفرد بميزة اتاحة الفرصة للفرد للاستماع والمشـــاركة فى عملية الاتصال دون تفرغ تام ، وهو ما لا تتيحه بقيـــة وســـائل الاتصـــال الأخرى .

٣ — التليفزيون :

التليفزيون هو تطوير تكنولوجى للراديو ، حيث تستطيع أجهزة الارسال والاستقبال التليفزيونى أن تنقـــل الصـــوت والصورة معـــا والاختـــلاف بين التليفزيون والراديو هو اختلاف فى طبيعة الاهتمـــام والتركيز اثنـــاء التعرض، وفى درجة التعقيد والتكلفة التى يتطلبهـــا بالمقـــارنة بالراديو . وقد اصـــبح التليفزيون يحتل مكانة مرموقة بين اجهزة الاتصـــال الحديثـــة . وفى حيـــاة المواطن المعاصر . فقد ارتفعت هوائيـــات اجهزة التليفزيون فى كل مكان ، وادى ظهور اجهزة اخرى مكملة له كالفيديو والشرائط المتنوعة ، وشاشـــات التكبير والهوائيـــات بموتوراتها التى توجهها لالتقاط برامج من محطات نائيـــة واقمـــار البث المباشر الى زيادة فاعلية التليفزيون كاداة من ادوات الاتصـــال الجماهيرى ، تستطيع منافسة الراديو فى المدى والبعد لتجعل من الكرة الأرضية داخل مدى الرؤية . فقـــد اصبح التليفزيون قادرا على نقل البرامج من اى بلد يرغب ، فيمكنه نقل مباراة كاس العالم فى ايطاليا الى مصر ، كمـــا يســـتطيع نقل مناقشات البرلمان السوفيتى حول سياسات الاصلاح التى يتبعها الزعيم الســـوفيتى ميخائيل جورباتشوف .

ومع ظهور تليفزيون صـــغير الحجم يعمل بالبطارية ، اصبح من اليسر أن يحمله الانســـان فى سيارته أو فى اى مكـــان يريد تماما مثلمـــا هو الحال مع الراديو والترانزستور . وجاء اختراع الفيديو — كجهاز مكمل كما اشرنا — ليضيف ميزة جديدة الى التليفزيون لا تهدد مسجلات الصوت فحسب ، ولكنها تشـــكل خطر حقيقيا على الســـينما ذاتها ، بعد ان اصبح قادرا على نقـــل ارساله الى شاشـــة بعرض الحائط ، كمـــا اتاح القدرة للمشاهد على تســـجيل اى برنامج ناجح يريد ان يراه فى وقت آخر غير وقت الارسال . ومع استخدام آلة ضبط الوقت يستطيع المشـــاهد ان يسجل البرنامج وهو بعيـــد عنـــه او مستغرقا فى نومه ليراه فى الوقت الذى يناسبه .

وهكذا ، اصـــبح التليفزيون بفعل التطورات التكنولوجية الجـــديدة . ارسالا واستقبالا ، يتمتع تقريبا بكافة الميزات التى تميز بقية وسائل الاتصال الأخرى ، فهـــو وســـيلة تتميز بالواقعيـــة والاقتراب الشـــخصى والفـــورية والجاذبية والوصول الى الجماهير المتباينة . وان كان البعض ينظر اليه باعتباره وسيلة اعلام باردة ، ترفض الشخصيات والقضايا الساخنة .

---

(١) أريك بارنو ، الاتصـــال بالجمـــاهير ، ترجمـــة صـــلاح عز الدين وآخرون ، القاهرة ، مكتبة مصر ، ١٩٨٠ ص ٢٤٣ .

٤ — السينما :

السينما وسيلة من وسائل الاتصال الجماهيرى سبقت غيرها من تكنولوجيا الاتصال السمعية والمرئية اذ ظهر اول عرض للصور المتحركة عام ١٨٩٥(١) . وتشبه السينما التليفزيون من حيث طريقة العرض والأداء ولكنها تتفوق عليه فى مجال تكبير وتوضيح الأشياء المصغرة ، على ان السينما لا يمكن ان تجارى التليفزيون فى سرعته وانتشاره فالأفراد هم الذين يذهبون الى السينما وليست هى التى تدخل عليهم فى بيوتهم . كما ان دور السينما ولو انه كبير ومؤثر الا انه لا يوازى التليفزيون . وذلك ان السينما تتطلب تكاليف اكثر بكثير لايصال نفس الرسالة التى يوصلها التليفزيون الى جمهور كبير متباعد . كما تتطلب عدد كبير من العاملين من ذوى الخبرة والكفاءة المهنية(٢) . وعليها ايضا بالذات فى ظل منافسة الفيديو ان تقدم كل ما هو جديد وثمين ومشوق .

وتنقل شاشة السينما الى المتعرض المناظر المتكاملة والواقعية ، كما يمكنها ان تقدم المعلومة والفكرة لمتعرض اكثر تهيئا نفسيا وذهنيا لها . وساعدت الابتكارات التكنولوجية الجديدة فى مجال آلات العرض السينمائى الى اتساع دور السينما فى مجال نقل المهارات والتعليم والارشاد الزراعى والتوعية وغيرها من المهام والوظائف الاتصالية الأخرى .

تكنولوجيا الاتصال الصغيرة :

يقصد بتكنولوجيا الاتصال الصغيرة ، تلك الادوات والاساليب الفنية التى تستخدم فى تدعيم كفاءة قنوات الاتصال الشخصى وتوسيع حجم ومدى هذه القنوات فى البيئة المحلية ولا يتطلب استخدامها تنظيمات مؤسسية كبيرة تديرها وتوجهها مثلما هو الحال فى تكنولوجيا الاتصال الكبيرة ولكن هى تعمل بمبادرة فردية(*) . ومع كثرة وتنوع هذه الادوات الا اننا سنكتفى هنا بالاشارة الى بعضها وتحديدا تلك الادوات التى راج استخدامها مؤخرا فى عمليات الاتصال بالمناطق الريفية .

---

(١) خليل صابات ، نشأة وسائل الاعلام وتطورها ، مرجع سابق ، ص ٨٥ .

(٢) محمد عبد القادر احمد ، دور الاعلام فى التنمية ، منشورات وزارة الثقافة العراق ، ١٩٨٢ ص ٢٨٤ .

(*) يمكن ان يدخل فى هذا الاطار الرسوم ، والملصقات ، والاشارات والخطابات ... الخ .

١ — التليفـــون : (Telephone)

التليفون ، أحـد وسائل الاتصـــال الشخصى التى تتيح اجراء الحوار بين شخصين مهمـا بعدت المســافة بينهمـا ، ومن خلال هــذا الحــوار يتم نقل وتبــادل المعلومات بينهمـا ، وتتزايد الحاجة الى التليفون فى مجال الاتصـــالات الشخصـــية ، حينما لا تتاح للفرد فرصة اللقاء المباشر بالشخص الآخر . اما بسبب عامل الوقت والسرعة فى نقل المعلومة او وجود الشـــخص الآخر فى مكان بعيد يصعب الوصول اليه . ولا يتطلب استخدام التليفون مهـــارات خاصة ، سوى التركيز من جانب طرفى الحوار على الصوت باعتباره العنصر الاساسى هنـــا للتأثير وتتبع انفعـــالات الشخصية ، وذلك عوضا عن الالتقـــاء المبـــاشر بين الطرفين .

وقد ادرك الأفراد اهميـــة وجود التليفون فى حياتهم ، وتزايد الاعتمـــاد عليه فى مجال الاتصـــال والتفاعل مع الآخرين وبالذات بعـــد تزايد ضـــغوط الحياة ، وانهمـــاك الفرد فى تدبير شـــئون حياته اليومية ، وانحسار الوقت الذى كان يقضيه مع الأهل والاصدقاء ، ولم يعد التليفون قاصرا على سكان المدن ولكن ادخل مؤخرا وبكثافة ملحوظة الى بيوت القرويين(*) مؤديا دورا مهما كأداة تكنولوجية فى تكثيف عمليـــات الاتصـــال الشـــخصى ونقـــل وترويج المعلومات بين الأفراد .

٢ — شريط التســـجيل : (Tape recorder)

يستخدم شريط التســـجيل بكفـــاءة عالية فى نقل وتبـــادل المعلومات عبر قنوات الاتصال الشخصى(*) . واصـــبح من المألوف بعـــد انتشـــار اجهزة التســـجيل (Recorders) ان يتبادل الافراد الرسائل الصوتية المسجلة مع بعضهم البعض ، وقد تزايد انتشـــار هذه الأداة التكنولوجية فى المجتمع المصرى وبالذات فى المنـــاطق الشـــعبية والريفيـــة مع حقبة الانفتـــاح والهجرة العمالية للخارج وكهربة الريف . حيث تشير البيانات الى أن ٥٠٪ من عينـــات الفحص بالقرى والمدن تقبل على سماع أجهزة التسجيل اكثر من اية ادوات اخرى(١) .

(*) هـــذا ما لفت نظرنا خلال زياراتنا الميدانية مؤخرا للعديد من القرى المصرية .

(*) لعب شريط التسجيل دورا بالغ الاهميـــة فى قيـــام الثورة الايرانية ضـــد الشـــاه ، حيث كانت شرائط التســـجيل تهرب من الخارج الى داخل ايران وهى تحمـــل نداءات آية الله الخمينى من منفـــاه فى باريس الى الشعب الايرانى للتمرد ضـــد حكم الشاه .

(١) انظر :

تقرير المجالس القومية المتخصصـــة ، الكتـــاب رقـــم ١٨١ ، الدورة السادســـة يونيـــو ١٩٨٥ ص ٢٤٨ .

وتعتبر شرائط التسجيل عنصرا مهما فى بناء الاتصال المحلى وتحقيق استقلاليته عن نظام الاتصال المركزى حيث يتزايد استخدامها فى الاحتفالات والمناسبات والتجمعات الشعبية . كما تعد وسيلة مهمة تلجأ اليها قنوات الاتصال الشخصى لترويج المعلومات المحظور تداولها عبر اجهزة الاتصال الجماهيرى والتخلص من سيطرة الاذاعة المركزية ، والتى عادة ما تخضع لرقابة وتوجهات السلطات الحكومية .

وتشير المشاهدات الواقعية الى ان شرائط التسجيل كثيرا ما تستخدم فى تلاوة آيات القرآن الكريم ، والاحاديث الدينية الاكثر تشددا وغيرة فى امور الدين وانتقادا لما يحدث من تجاوزات من جانب المسئولين ورجال الاعلام(*) . كما تستخدم شرائط التسجيل فى الاستماع الى الاغانى والموسيقى والمواويل الشعبية والفلكلورية التى تصادف رواجا كبيرا وبالذات لدى قطاعات كبيرة من افراد الشعب وبالذات قطاع الشباب الذين يميل غالبيتهم الى تفضيل شرائط موسيقى الرقص والاغانى الشعبية والغزلية .

٣ — مكبر الصوت : (Loudspeaker)

مكبر الصوت عبارة عن جهاز اليكترونى بسيط وظيفته تضخيم الصوت البشرى لكى يسمع على مسافة أوسع نسبيا ، وقد زاد فى السنوات الاخيرة عدد هذه المكبرات لدى الافراد . كما تعددت مجالات استخدامها فى الاحتفالات والموالد واماكن التجمعات والمساجد ولدى الباعة المتجولين ..... الخ .

ويتبدى دور مكبر الصوت كأداة اتصال بصورة واضحة فى المساجد حيث يستخدم فى رفع الآذان ، ونقل شعائر الصلاة وبالذات وقائع شعائر صلاة الجمعة وبذلك يستطيع بعض الأفراد سواء من النساء او المرضى الذين لا تتاح لهم فرصة حضور الصلاة متابعة الاستماع الى هذه الشعائر بما فيها خطبة الامام . وقد اثيرت على صفحات الصحف مؤخرا قضية الازعاج الذى تسببه هذه المكبرات نظرا لكثرتها من ناحية وتداخل اصواتها خلال نقل الشعائر الدينية من ناحية اخرى(١) .

وايا كان الأمر ، فان مكبرات الصوت فى بعض عواصم الاقاليم والمراكز والقرى ، والموجودة فى المساجد كثيرا ما تستخدم لأغراض اخرى غير نقل

(*) راجع على سبيل المثال ، شرائط أحاديث الشيخ عبد الحميد كشك التى يكثر تداولها فى المناطق الشعبية وبين العامة من أفراد الشعب .

(١) راجع على سبيل المثال الحملة التى قادها مؤخرا يوسف ادريس على صفحات جريدة الأهرام لوقف استخدام هذه المكبرات فى نقل شعائر الصلاة من المساجد وانقسام الآراء بين مؤيد ومعارض لهذه الدعوة .

شعائر الصلاة ، حيث كثيرا ما يتم الاعلان من خلالها عن حالات الوفاة او فقد النقود أو أحد الأطفال ، أو حضور مسئول الى المنطقة ، أو صدور تعليمات محددة ، أو الدعوة لحضور اجتماع عام أو التنبيه على الافراد للتوجه لدفع فاتورة المياه أو الكهرباء أو سداد الضرائب الى غيرها من أمور الحياة اليومية المرتبطة بالبيئة المحلية ، وينصت اليها الأفراد جيدا ، نظرا لارتباطها بمصالحهم الشخصية . وهى بذلك تعد بمثابة اذاعة محلية تقوم بدور مهم فى تزويد الأفراد بالمعلومات وتناقلها بينهم ، وتقلل من كثافة الاعتماد على الاتصال الشفاهى واعطاء فرصة متساوية أمام أبناء الحى أو المنطقة للحصول على المعلومات التى تخصهم فى التو واللحظة ، وهكذا تعد مكبرات الصوت عنصرا آخر مهما يساهم فى رواج المعلومات عبر قنوات الاتصال الشخصى وفى بناء الاتصال المحلى .

٤ — المطرب الشعبى :

المطرب الشعبى فرد يتميز بقوة وحلاوة الصوت وتتوافر لديه مهارة الالقاء وحفظ بعض الاغانى والقصص والمواويل والمدائح النبوية والمأثورات الشعبية . ويستدعى المطرب الشعبى مقابل أجر نقدى ، لاحياء بعض الحفلات والمناسبات الشعبية مثل الزواج ، والختان وعودة الحجاج من الأراضى المقدسة والموالد ... الخ حيث يقوم أمام جمع من الناس الذين يجتمعوا لاحياء المناسبة بالقاء بعض الأغانى التى تتلاءم فى مضمونها مع طبيعة المناسبة بأسلوب عاطفى مؤثر يتمايل ويكبر له الحضور ، هذا الشكل من اشكال الاتصال يلعب دورا مهما وبالذات فى المناطق الشعبية والريفية فى القيام بوظيفة التسلية والتخفيف من متاعب وضغوط الحياة التى يعانى منها بشدة سكان هذه المناطق وترسيخ بعض القيم وبالذات المتعلقة منها بالصبر ، والقدرية ، والتقوى والشرف(١) .

ويستعين المطرب الشعبى فى اداء مهمته ببعض الادوات التكنولوجية المساعدة مثل الربابة ، والمزمار ، والطبلة والرق وبعض الآلات الموسيقية الخفيفة وغيرها فضلا عن استخدام مكبر الصوت احيانا لمزيد من العلانية لوقائع المناسبة .

٥ — الفيديو كاست :

أشرنا من قبل ، أن الفيديو جهاز اليكترونى ، يعد مكملا لجهاز الاستقبال التليفزيونى ، وما يدفعنا الى النظر اليه باعتباره وسيلة تكنولوجية صغيرة

---

(١) كمال المتوفى ، وسائل الاعلام الصغيرة وحياة المصريين فى القرى ، المجلة الاجتماعية القومية سبتمبر ، ١٩٨٢ ص ١٤ .

هو طابعه الفردى وغير الرسمى من ناحية ومقدرته على فصل جهاز التليفزيون عن قنوات الاتصـــال الجماهيرى من ناحية اخرى ، حيث يتيح الجهازان معـــا بناء قنـــاة اتصال مستقلة فى البيئة المحلية بعيدا عن قنوات الاتصال الرسمية .

وقد عرف العالم اجهزة الفيديو منذ اوائل الستينيات غير أن اجهزته لم تتطور ويشيع أستخدامها فى المنـــازل الا منذ أوائل السبعينيات ، حيث تزايد تنافس دول العالم على انتـــاج الاجهزة ذات الجـــودة العاليـــة والســـهولة فى الاستعمـــال وخفض تكاليف الانتـــاج حتى أصبح هذا الجهـــاز فى تنـــاول الكثيرين من ذوى الدخول المحدودة .

وقد بدا انتشـــــار الفيـــــديو فى مصر مع بداية حقبـــة الســـبعينيات وتزايد انتشـــــاره حتى اصـــبح ظاهرة ملحوظة ابتـــداء من عـــام ١٩٨٠ ، حينما اتاحت الدخول العالية التى تمكنت من تحقيقهـــا بعض الفئـــات فى ظل سياسات الانفتاح والهجرة العمالية العائدة من الخارج من حيازة هذه الاجهزة التى باتت منتشرة فى المنـــازل والاماكن العامة والمقاهى بالريف والمدن ويوشك انتشـــارها أن يغطى جميع المنـــاطق التى وصـــل اليها التيـــار الكهربائى فى مختلف انحاء البلاد منافســـا بذلك قنـــوات الاتصـــال التليفزيونى المركزى ومهددا لهـــا .

ويتميز الفيديو كاداة اتصـــال بعدة مميزات تجعل الاقبال عليـــه يتزايد باطراد ومما يســـاعد على هذا الاقبال :

١ — حرية المشاهد فى اختيار نوع المـــادة التى يرغب فى مشاهدتها وفى الوقت الذى يريد وبعيدا من التكرار والرتابة التى كثيرا ما تتميز بها البرامج التليفزيونية الرسمية .

٢ — يمكن من خلال الفيديو مشاهدة افلام لا يستطيع التليفزيون الرسمى عرضها .

٣ — وفرة الاشرطة من مختلف النوعيات،وسهولة شرائها أو استئجارها أو استعارتها الى جانب سهولة التســـجيل من نشـــاط الارســـال التليفزيونى المتنـــوع .

٤ — يشبع الفيديو حاجات لا تستطيع اجهزة الاعلام الرسمية احيـــانا اشباعها .

٥ — الرخص النسبى لسعر شراء جهاز الفيديو بالنسبة لقدرة كثير من شرائح الدخول فى المجتمع .

ويبدو أن الفيديو ، بسبب هذه المميزات وغيرها ، قد تمكن من استقطاب اعدادا غير قليلة من مشـــاهدى التليفزيون المصرى ، وأن أثره كان اكبر على

السينما حيث جذب اعدادا كبيرة من روادها بالذات شريحة المهنيين من الاطبـــاء والمهندسين والصحفيين والمحامين والمحاسبين ورجال الأعمال . وكل الذين لا تمكنهم ظروف عملهم ومواعيدهم من فرصـــة الذهاب الى دور الســـينما فى موعدها(١) .

وقد فتحت تجارة الفيديو كاست مجالات واسعة للانتاج ، فهنـــاك شرائط فيديو لألعاب الأطفال والكبار على شـــاشة التليفزيون مصممة الكترونيا فى علب صغيرة والتى اصبحت موضوعاتها مفتوحة بغير حدود ، وذلك الى جانب الموضوعات الدراســـية والفنية والرياضـــية وبرامج المنوعات المشـــوقة ، كمـــا ظهرت موسوعات متكاملة على شرائط فيـــديو كاســـت فى كل العلوم والفنـــون والطب والآداب ، وقد روعى فى هذه المواد أن تناسب كل الاعمار والتخصصات والهوايات وكذلك احتياجات التعليم والتدريب والترفيه ووفقـــا لنظـــام الانتـــاج الضخم اصبح سعر هذه الاشرطة ميسرا لعـــدد كبـــير من الأفراد .

بيد أن المشـــاهدات الواقعيـــة تشير الى أن اســـتخدام الفيـــديو فى مصر ما زال يصـــاحبه كثير من الخطورة ، فى ظل فرض أذواق واختيارات غـــير ملائمة على نوعيات انتاجه ، خاصةمع عدم وجود رقابة فعـــالة ومع ســـهولة طبع أفلامه وتهريبها ، وفى ظل عدم استطاعة الجهات المعنية ملاحقـــة نوادى الفيديو وضبط المخالفات الصارخة الخارجة من التقاليد والقيـــم السائدة فى البيئـــة وتؤكد احدى الدراسات الميدانية أن الجانب الاكبر من اهتمامات الفيديو يتجه الى عرض أفلام العنف والاثارة والجنس التى تلقى رواجا كبيرا من فئات الشباب دون غيرها من المضامين التثقيفيـــة والتعليمية(١) . التى يمكن أو كان ينبغى أن يستفاد من امكانيات الفيديو كاست فى ترويجها فى مجتمع يتطلع الى بنـــاء مستقبله الحضارى .

ولعل العرض الســـابق لكل من تكنولوجيا الاتصـــال الكبيرة والصـــغيرة يلفت النظر الى خطأ النظرة الشائعة التى ترى أن تواجد مثل هذه التقنيات فى أية عملية اتصالية يحولها الى عملية اتصال جماهيرى(٢) . فعلى الرغم من ان التكنولوجيا العصرية لازمة من لوازن العملية ، الا أن حضورها لا يمثل بالضرورة او فى كل الاحوال الاتصـــال الجماهيرى ، فاذاعة تليفزيونية على نطاق الدولة لخطاب سياسى لرئيس الجمهورية فى افتتاح دورة مجلس الشعب تعد اتصالا

---

(١) نجوى الفوال ، استخدام الفيديو فى مصر ، المجلة الاجتماعية ، العدد الاول يناير ١٩٨٧ .

(٢) انظـــر :

تشارلز رايت ، المنظور الاجتماعى للاتصـــال الجماهيرى ، ترجمة محمد فتحى ، الهيئة المصرية العامة للكتاب ، ١٩٨٣ ص ١٣ .

جماهيريا . فى حين ان اذاعة تليفزيونية على الدائرة المغلقة للعمليات الجارية فى خط التجميع بمصنع من المصانع يرصدها مهندس ليست كذلك . كذلك فان مسلسلا تليفزيونيا يذاع على المستوى القومى أو المحلى يعد اتصالا جماهيريا فى حين أن مشاهدة فيلم مسجل من خلال الفيديو لحفل عائلى ليس كذلك ، وهكذا فالجهازان فى كل مثال يستخدمان كلاهما تقنيات عصرية متشابهة بث الكترونى للصور فى احدى الحالات وتسجيل فلمى لمشاهد فى الحالة الاخرى، ومع ذلك فأحد الاثنين لا يحتسب اتصالا جماهيريا ، حيث يتطلب الاتصال الجماهيرى ، كما اشرنا من قبل ، اشتراطات خاصة أولها طبيعة الجمهور ثم تجربة الاتصال ذاتها ، ثم صاحب الاتصال الذى يأخذ هنا طابع مؤسسى .

٢ — خصائص تكنولوجيا الاتصال :

وأيا كانت انواع ومجالات استخدام تكنولوجيا الاتصال فان هذه التكنولوجيا تتميز بعدة خصائص من المفيد هنا التعرض لها ، ويمكن بلورة هذه الخصائص فيما يلى :

١ — ان هذه التكنولوجيا قد صممت لتسهيل الاتصال فى اتجاه واحد(١) وان قدرتها على تحقيق التغذية العكسية والمشاركة ضئيلة نسبيا وهى فى ذلك تعتمد على الاستجابة الفردية عن طريق البريد ، التليفون ، الاتصال الشخصى بحوث الجمهور « الاستبيان » وهى البحوث التى عادة ما تحصل على استجابات فردية أيضا وليست جماعية . بعبارة أخرى ، فان هذه التكنولوجيا رغم ميلها للانتشار والوصول الى أكبر عدد ممكن من الأفراد ، الا أنه يغلب عليها الطابع الفردى وليس الجماعى .

٢ — التطور المتسارع فى هذه التكنولوجيا فى اتجاه اختصار عامل المسافة والزمن ، هذا التطور بلغ من الاهمية فى الحقب الأخيرة الى حد أن أطلق البعض على الكرة الارضية التى نعيش عليها وصف القرية العالمية، كناية عن المقدرة الهائلة التى تتيحها تكنولوجيا الاتصال الحديثة فى مجال نقل وتبادل المعلومات بين مختلف أجزاء العالم فى التو واللحظة .

٣ — تتسم تكنولوجيا الاتصال بالمرونة والقابلية للتطويع والتأقلم فكل فن تكنولوجى جديد يظهر فى مجال الاتصال لا يلغ الآخر وانما ينفرد بميزات خاصة فى مجال نشر وترويج المعلومات فظهور الراديو لم يؤد الى اختفاء المطبوع الدورى ولكن تميز عليه بقدرته على الانتشار وتخطى الحواجز والعقبات التى كانت تعترض طريق انتشار المطبوع على نطاق واسع مثل الحواجز الثقافية والجغرافية . ومع ذلك ظل للمطبوع دوره ومكانته

---

(١) انطوان زحلان ، مرجع سابق ص ٢٦ .

واضطر المطبوع مع ظهور الوافد الجديد الى تعديل طريقة تقديمه ومعالجته للاحداث ، كذلك لم يؤد ظهور التليفزيون الى ازاحة السينما التى سبقته فى الظهور رغم تشابه الوسيلتين فى طريقة العمل والاداء والاعتماد على حاستى السمع والبصر ، وانما اتجهت السينما الى تقديم ما يعجز التليفزيون عن تقديمه او لم يسبق له تقديمه ، حتى اصبحت الكثرة الغالبة من جيل الشباب الذى نشأ مع التليفزيون هم ايضا الكثرة الغالبة من رواد السينما وهكذا ، اخذت التكنولوجية الحديثة فى مجال الاتصال بمبدأ تقسيم العمل وحددت كل اداة لنفسها المجال الذى لا تستطيع أن تنافسها فيه الأدوات الأخرى مستفيدة فى ذلك بما تتمتع به من خصائص وقدرات .

ومن ناحية اخرى ، فان هذه التكنولوجيا يمكن نقلها وتوظيفها بسهولة داخل سياقات اخرى غير تلك التى ولدتها ، وهى هنا تتأقلم مع الواقع الاجتماعى الجديد ، وان كانت تظل خصائصها العامة فاعلة أيضا . فهذه التكنولوجيا قد توظف فى دولة تروج فيها الفلسفة الاشتراكية فتعمل فى اطار هذه الفلسفة بطريقة تتباين مع طريقة عملها فى المجتمع الرأسمالى ولكن يظل مثلا طابعها الاحتكارى المميز فاعلا فى كلا المجتمعين الاول تخضع لاحتكار السلطة السياسية والحزب الحاكم وفى الثانى ، تخضع للاحتكارات الرأسمالية وجماعات الضغط الاقتصادى وهكذا .

٤ — تكنولوجيا الاتصال وبالذات المتقدمة منها تتسم بكثافة استخدام رأس المال والتعقيد الشديد وارتفاع التكلفة(١) . وهى لكل ذلك تأخذ صبغة احتكارية ، حيث تتركز عادة فى أيدى بناء القوة والنفوذ السائد فى المجتمع .

٥ — ان صناعة هذ «التكنولوجيا ، تتسم بالتركيز الشديد حاليا فى عدد محدود من الدول الصناعية الكبرى ، ومن الشركات العالمية متعددة الجنسيات ، ويؤدى هذا التركيز الى السيطرة المطلقة لهذه الشركات الاحتكارية ، ليس فقط على عمليات نقل وتسويق هذه التكنولوجيات فى الدول الأقل تقدما ، ولكن ايضا فى التأثير على طريقة ادارتها واستخدامها بل وصيانتها فى أحيان كثيرة فى هذه الدول(٢) . مما يعزز من احكام قبضة المجتمعات المصنعة لهذه التكنولوجيا على الدول المستوردة لها وترسيخ تبعية الثانية للأولى فى المجال الثقافى .

٦ — تأخذ تكنولوجيا الاتصال الحديثة ، بسبب تكلفتها العالية وتعددها طابعا تنافسيا استهلاكيا ، فهى فى حاجة الى استهلاك جماهيرى واسع يحقق

---

(١) وليام ل. ريفرز ، وسائل الاعلام والمجتمع الحديث ، ترجمة ابراهيم امام ، القاهرة ، دار الفكر العربى ، د.ت ص ٣١ .

(٢) عفيف عواد ، العالم العربى والتكنولوجيا ، مجلة الفكر العربى ، العدد ٤٥ ، السنة السابعة ، ١٩٨٧ ص ١١٣ .

لهـا عائد يغطى نفقاتها وبالتالى يلعب عامل الربح والتمويل المـالى والرغبة فى الرواج ، دورا مهما فى طريقة ادارة وتوظيف هذه التكنولوجيا بصرف النظر عن أية اعتبـارات أخرى .

٢ — تكنولوجيا الاتصـال الحديثة كمنتج ثقافى :

اشرنا من قبل الى اوجـه التمـايز بين العلم والتكنولوجيا فالتكنولوجيا وبالذات الحديثة منها ، هى التطبيـق العملى للعلوم والعلوم فى حد ذاتهـا ليست ثقافة ، ولكنهـا مجموعة من المعلومات والمعـارف التى تم التوصـل اليها من خلال التجارب والابحاث ، وتطبيق هذه المعلومات والمعارف فى المجـال العملى ، هو الذى يرقى بالمنتج الجديد الى درجة الثقافة ، لأن هذا الانتاج الوليد يعد نمطا من انمـاط الحياة ويصبح له دوره ويصطبغ بالاتجاهات السـلوكية والقيميـة للبيئـة(١) .

والثابت أن تكنولوجيا الاتصـال الحديثة هى نتـاج ثقافى غربى ظهرت لتلبى حاجات موضوعية لصـيقة ببنيان وثقافة هـذه المجتمعات . وتاريخ ظهور الطباعة المتحركة والراديو والسينما والتليفزيون يكشف أن اختراع هذه الوسائل جاء تلبية لظروف موضوعية تتصل بعلميات التغيير والثورة الصناعية التى بداتها هذه المجتمعات فقد ظهرت المطبعة ذات الحروف المتحركة فى أوربا مع انتشـار الجامعات وبدء عصر التنوير وظهور أراء مارتن لوثر زعيم الاصلاح الدينى فى المانيا ، فقد كانت الحاجة ماسة آنذاك لتوصيل هـذه الأفكـار الى الناس بعيدا عن احتكار الأديرة والكنائس لعملية نسـخ وتوزيع الكتب(٢) . ومع انتشـار الجامعات وتقدم الآداب والعلوم والفنـون وظهور المدن الجديدة وتصـاعد دور الطبقة البرجوازية ، وزيادة تطلعاتها التجارية الخارجية ظهرت الصحف المطبوعة لتلبى الحاجة لنشر الأفكار الجديدة والرغبة الملحة للمعرفة السريعـة بمـا يدور من احداث ليس فقط فى أوربا ولكن أيضـا فى كل بلاد العالم المعروف آنذاك(٣) .

وادى التحول نحو التصـنيع والتحديث فى مختلف مجـالات الحيـاة وما ارتبط بهـذا من تقـدم هائل فى العلوم والتكنولوجيـا ، وتعقد العلاقات الانسـانية ، وتزايد مشكلاتها ، وظهور النظـام الرأسمالى العالمى وحاجة

---

(١) عبد المنعم الصاوى ، الاعلام والثقافة من منظور العصر ، الحلقـة الدراسية الثالثة لبحوث الاعلام فى مصر ، المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية ، مـايو ١٩٨٣ ص ٦ .

(٢) خليل صابات ، نشأة وسائل الاعـلام وتطـورها ، مرجع سـابق ص ٢٣ .

(٣) المرجع السـابق ص ٣٦ .

هذا النظام الى المـواد الأولية الخارجية الى تعميـق الشـعور بالحـاجة الى اتصال جمـاهيرى اكثر انتشارا وسرعة فظهرت الصور المتحركة (السينما) وبعدها الراديو ، وتوالت بعد ذلك الاختراعات لتلبى الحاجة المتزايدة فى هذا المجال فظهر التليفزيون ، والفيديو ، والأقمـار الصناعية وغيرها .

بيـد ان الثابت ان محطـات الراديو مثـلا التى انشئت فى بادىء الأمر للارسال والاستقبال اللاسلكى لم تكن تهدف الى برامج اذاعية للترفيه او حتى التثقيف(١) . وانمـا كانت شركات الشحن التجارية تستعمل هـذه الأجهزة لتوجيه سـفنها المحملة بالموز وغيره الى اسواق مربحة وفقا لقانون العرض والطلب ، وذلك بالاضـافة الى النشرات الجوية ، ايضا لخدمة هذه السـفن من تقلبات الجو والبحار . كمـا استعمل الراديو ايضـا فى وحدات الجيش لنقل المعلومات والأوامر والتنسـيق بين الوحدات فى الدفاع والهجوم ، وظل الراديو يستخدم لنقل المراسـلات واخبـار الشركات الكبرى وفى الأعمـال التجارية حتى قبيـل الحرب العالمية الثانية .

وهكذا كان الباعث التجارى ، هو المحرك الأول والأساسى وراء ظهور تكنولوجيا الاتصـال الحديثة فى المجتمعات الغربيـة ، وبعـد تفـاقم أزمة الراسـمالية وانتشار مظاهر السلبية ، وتزايد ضغوط وصرامة الحياة فى هذه المجتمعـات بدأ البـاعث الترفيهى يلعب دوره وراء الاختراعات التكنولوجية الجديدة ، ولكن ظلت العقلية التجارية الراسمالية ، هى التى تفرض نفسـها على كل اختراع جديد : حجم الانتـاج الضخم من كلمات وصور واصوات يتيحه المنتج الجديد ، مدى التوزيع الجغرافى الذى لا فائدة لهذا الانتـاج الضـخم بدونه ، منـافذ اسواق التجزئة لهذا الانتاج من محطـات راديو وتليفزيون ، وصحف ومجلات وغيرها ، بعبارة اخرى تصطبغ تكنولوجيا الاتصـال الحديثة بطابع البيئة الغربية التى ولدتها ، وهى لذلك تأتى حاملة خصائص هذه البيئـة وعلى راسها الفردية ، والربح ، والمنافسـة ، والاحتكار ، وسرعة الايقـاع وغيرها على النحو الذى اشرنا اليه آنفـا .

خذ مثلا مبدأ الفردية الذى تعظمه الثقـافة الغربية ، هـذا المبـدأ ، يؤثر فى طريقة تصميم ادوات الاتصـال الحديثة من صحافة وراديو وتليفزيون وسينما ... الخ بحيث يجعلها تسهل نقل المعلومات فى اتجاه واحـد وتتضاءل فرص تحقيـق المشـاركة الذى يوفره الاتصـال التقليدى ، بسبب ما تتطلبه من مهـارات وامكانيات لا تتوفر عـادة للغالبية من ناحية ، ونتيجـة لسرعة الأداء والانتـاج الجمـاهيرى السريع والمتوالى الذى تتطلبه هـذه الأدوات

---

(١) طه محمود طه ، وسائل الاتصـال الحديثة ، عـالم الفكر ، المجلد الحادى عشر ، العدد الثانى ، سبتمبر ١٩٨١ ، ص ٦١ .

ولا يتيح وقتـــا للمشـــاركة من ناحية اخرى(*) . كذلك ، فان الثقافة الغربية تهتم بالجانب المـــادي وعامل الربح حتى ان هذا العامل يعد الأساس الذي يوجه نمط الحياة فى هذه المجتمعات ، وينعكس ذلك فى مجـــال تكنولوجيا الاتصـــال الحديثـــة ، التى لا يمكن ان تتواجد وتمـــارس دورها الطبيعى بعيدا عن فكرة بيعها لسلعة ، فتعتمد مثلا على بيع الاعلان فى الأحوال التى تقوم فيهـــا بتقديم خدمات وهكذا ..

على ان ما يهمنا هنا فى مجتمعنا العربى ، هو ما يتعلق بنقل هذه الأدوات التكنولوجية وتوظيفها فى البيئـــة المحلية وما يصاحب هذه العملية من مشكلات ثقافيـــة فهذه الأدوات ليست آلات صماء او محايدة . وانمـــا يترتب على عملية نقلها وزرعها فى البيئة المحلية نمط حياتى ونفسى واجتماعى يتأثر بالخصـــائص الحضـــارية لهذه الأدوات فالتليفزيون لا يقوم فقط بعملية نقل صـــوت وصورة على نطـــاق جمـــاهيرى ولم يقدم اتصـــالا سريعا ، ولكنه خلق فى حد ذاته ايضـــا انواع جديدة من المهن والأدوار : التأليف ، الانتاج ، الاخراج والتصوير ... الخ . واسلوب حياتى معين لملىء الفراغ وقضـــاء الوقت ، وموضع له فى غرفة المعيشـــة ، ويحدث هذا بغض النظر عن نوع الرسائل التى ينقلها او مدى قدراتها التأثيرية . هذا التعديل الذى يفرضـــه وجود التليفزيون فى نمط قضاء وقت الفراغ مثلا ، له توجهاته القيمية والسلوكية وهى توجهات تميـــل الى تشجيع التفرد والتجزئة (سمات الثقـــافة الغربية) فى البيئة المحلية التى تقوم على التوحد والترابط . مما يؤدى الى خلق حالة من الاضطراب والصراع الثقافى فى المجتمع المحلى .

وقد اثارت قضـــية استيراد التكنولوجيا وتأثيراتها اهتمـــام الباحثين فى المجتمعات النامية ، حيث تباينت الآراء بين مؤيد لتكثيف استيراد هذه التكنولوجيا بأنواعها المختلفة بغية تسريع عملية التصنيع فى البلدان المتخلفة ولاختصـــار الطريق المؤدى الى التنمية والحاق بالبلدان المتقدمة ويســـاق هنـــا عـــدد من المبررات والحجج منها : أن بعض الدول التى ترقى الى مصاف الدول المتقدمة، قد عملت على اختصار الطريق من خلال نقل التكنولوجيا المتقدمة من مجتمعاتها ويقدمون فى هذا الاطار نموذج اليابان والاتحاد السوفيتى . كمـــا ان الانسانية ما كانت لتحرز التقدم التقنى الذى احرزته اليوم لو ان كان على كل امة ان تخطوا الخطوات نفسها التى خطتها الامم التى سبقتها على هـــذا الطريق ، فاذا اقتصرت الدول النامية على التكنولوجيا من النوع المتمحور حول الذات ، فانهـــا تضع نفســـها فى الظروف التى كانت تعيشـــها الدول المتقدمة حاليا فى القرن التاسع عشر ، اما مســـألة الصراع الثقافى والاضطراب الذى تحدثه هذه التكنولوجيا فى البيئة المنقولة اليهـــا فهذه مسألة وقتية تواكب عادة حالات

(*) لعل فى ذلك ما يشير الى احد اسباب فشل اجهزة الاعلام فى المجتمعات النامية فى احداث التغيير ودفع الأفراد الى المشاركة فى عمليـــات التنمية .

التغيير . وسوف تحل بمرور الزمن ، حينما يتم التحديث ويسود التحضر وقد اعتمدت النخب الحاكمة فى العديد من بلدان العالم وجهة النظر هذه(١) فتبنت فى صياغة سياستها وتصميم الخطط والبرامج التنموية ، هدف الحصول على احدث المكتشفات والانجازات فى حقل التكنولوجيا باعتبار أن تلك هى الوسيلة للحاق بالمستوى الاقتصادى والاجتماعى الذى بلغته الدول الصناعية .

وفى مقابل ذلك ، ترى وجهة النظر المضادة ، أن استيراد التكنولوجيا الحديثة بغية اللحاق بالغرب المتقدم ، ضرب من الوهم ، وذلك أن هذه التكنولوجيا كما أشرنا تتسم بالسرية والاحتكار فضلا عن انها متطورة باستمرار، وان الدول المتقدمة لا تسمح سوى بنقل التكنولوجيا الأقل تقدما ، كما أن أن نموذج اليابان فى الاتحاد السوفيتى يصعب التمثل بهما لاختلاف السياقات التاريخية والحضارية التى تميزهما عن العديد من المجتمعات النامية .

وترى وجهة النظر هذه أن دخول التكنولوجيا المنقولة الى البيئة المحلية قد لجم الثقافة المحالية واعاق المنطلقات الحضارية الذاتية التى تعتمد على الاقتباس والتبادل والتطور والابداع وعطلت القيم الاجتماعية وأنماط الحياة التقليدية بدون توفير بدائل متماسكة(٢) بحيث كان ذلك هو سبب حالة الضياع وفقدان الهوية الثقافية والاختلال والتبعية التى تعانى منها العديد من مجتمعات العالم الثالث . مما يستوجب رفض هذه التكنولوجيا والاعتماد على القدرات الذاتية ، أو على الأقل اقتصار نقلها على تلك الفنون الملائمة منها لظروف البلد الطبيعية والثقافية والاجتماعية وخياراتها الأيديولوجية والسياسية(٣) وشريطة تهيئة البيئة اولا لاستيعاب هذه التكنولوجيا وهضمها(٤) .

ويعنى تهيئة البيئة فى اطار هذا الاتجاه ، أن تكون الهياكل الذاتية المحلية

---

(١) عبد الهادى سويفى ، دور الدولة فى تنظيم نقل التكنولوجيا فى ظل الاقتصاد المختلط ، المؤتمر العلمى السنوى الثامن للاقتصاديين المصريين ١٢/١٤ مايو ١٩٨٣ ص ١ .

(٢) عفيفى عواد ، العالم العربى والتكنولوجيا ، مرجع سابق ص ١٢٢ .

(٣) يعد مصطلح التكنولوجيا الملائمة من المصطلحات المنتشرة فى العديد من الكتابات فى الوقت الراهن ، ويقصد به ضرورة مناسبة الفن التكنولوجى المستورد للهياكل الاقتصادية والاجتماعية والثقافية ، وهو المعنى الذى ما يزال يحيطه الكثير من الغموض وعدم التحديد .

نجيب عيسى ، مشكلة التكنولوجيا فى العالم الثالث ، الفكر العربى ، العدد ٤٥ ، السنة السابعة ، ١٩٨٧ ص ٢١ .

بجوانبهـــا المختلفة قادرة على تطويع الفنى التكنولوجى المســتورد وتوظيفه لصـــالح هذه الهياكل بمـــا يضمن الاستفادة من الفنى الوارد والمحافظة على الثقافة والهوية الذاتية . فاستيراد الدول العربية لتكنولوجيا الأقمار الصناعية وأطلاق عربستات مثلا لم يحقق لها الهدف المنشود فى مجـــال تسهيل وسرعة تبادل المعلومات بينها والمساعدة فى تحقيق مشروعات التنمية العربية كمـــا كان مفترض ، فقد أعاقت الهياكل السياسية والاجتماعية والاقتصـــادية والفنيـــة السائدة فى المجتمعات العربية الاستفادة من عربستات الى الحد الذى تحول معه هذا القمر الى محطة فى الفضاء شـــبه متوقفة(١) . وان العـــديد من الدول العربية يفضل التعامل مع وكالات الفضـــاء الأوربية على التعامل مع عربستات

وايا كانت المواقف والاتجاهات حول قضية نقل التكنولوجيا ، فان الثابت لدينا ، أن تكنولوجيا الاتصـــال بكل أدواتها وتنظيماتها قد انتقلت تقريبا الى البيئـــة العربية حاملة معها قيم ومواقف وفلسفات الحضـــارة الغربية . وقد افضى ذلك فى ظل الاعتباطية فى النقل وفقدان الارادة او القدرة على تطويع هذه التكنولوجيا الى تخريب النســـيج الثقافى للبيئة العربيـــة ، والأمثلة كثـــيرة ومتعددة ، ولن نشـــير هنـــا الى تلك المضامين الغربية الوافدة التى تروج لها هذه الأدوات ، بحكم علاقات التبعيـــة التى تربطها بنظيرتها فى الدول المتقدمة، او الى القيـــم الغربية التى تعكسها هذه الأدوات فى حد ذاتها كمـــا أشرنا من قبل ، ولكن لنأخذ مثلا بســـيطا ومحددا مدى التأثير الفادح الذى أحدثته هـــذه الأدوات فى الثقافة المحلية واللغة العربية تحديدا . لقد أصبح البعض يتحدث عن ما يسمى باللغة الاعلامية ، حيث ساهمت هـــذه الأدوات الوافدة فى الانحدار باللغـــة الفصحى ، لغـــة القرآن الكريم ، بحجة البســـاطة فى فهم الرســـالة وزرعت هذه الأدوات العديدة من المصطلحات التى أصبحت تروج فى الأحاديث العامة ، والكتابات المتخصصـــة على حد سواء مثل «عالمى» ، «التنمية» ، « المصـــدر » ، « القـــائم بالاتصـــال » عوضـــا عن تعبـــيرات محلية كانت تستخدم فى هذا المجال مثل «النهضة» ، «العمران» ، «الخطيب» ، «المنشد» وغيرها ، كمـــا ساعدت هذه الأدوات على شيوع الكتابات الركيكة والتعبيرات الغامضة غير محددة المعنى مما ساهم فى ضحالة الفكر وضعف الاستيعاب .

ويذكر « جلال أمين » : أن اضعاف اللغة العربية وثيق الصـــلة بالتبعية الفكرية اذ لا يجوز القول بأن اللغة ما هى الا وســـيلة للتعبير وليست غاية فى ذاتها وأنها طريقة للاتصـــال ، فالحقيقة أن التبعية فى لغـــة التعبـــير وثيق الصلة بالتبعية فى مضمون الفكر ذاته ، يؤدى كل منها الى الآخر ويقويها .

---

(١) لمزيد من التفاصيل حول العقبات التى تواجه القمر الصناعى العربى انظر أعمـــال الندوة التالية : منتدى الفكر العربى ، القمر الصـــناعى العربى بين مشـــكلات الأرض وامكانات الفضاء ، عمان ، مارس ، ١٩٨٦ .

فاذا كنت تابعا لفكر غيرك استسهلت التضحية بلغتك ولكنك اذا استسهلت التضحية بلغتك تورطت اكثر فى قبـــول ما لا يتعين عليك قبوله من الفكر الأجنبى فاللغة تعكس نفسها فى كثير من الأحيـــان فى مواقف قيمية وتفضيلات خاصة للمجتمع الذى ابتدعها(١) .

ومع انتقال هذه الأدوات ، جرى نقل طرق ادارتها وكيفية اســـتخدامها ايضـــا بلا تعديل أو تغيير رغم اختـــلاف الظرف والحاجة ، فالهيكل التنظيمى بأى مؤسســة صحفية عربية لا يخرج عن الهيكل التنظيمى لأية صحيفة غربية ، نفس الأقســـام الفنية والتحريرية والمصطلحات المتـــداولة ونوبات العمل ، بل ويتعلم المحرر العربى فى قاعات الدرس والتدريب سواء المحلى منها أو الأجنبى الطريقة الغربية فى جمع الخبر الصحفى ونشره ويعرف له الخبر بانه كل ما هو مثير وغريب ويخرج عن المألوف ويزيد من اقبال الجمهور على الجريدة(٢) وهو المفهوم الغربى الرائج عن الخبر الصحفى .

٤ — توظيف تكنولوجيا الاتصال فى الدول النامية :

يقصد بتوظيف تكنولوجيا الاتصال ، الأهداف والغايات التى تستخدم من اجلها أدوات الاتصـــال الحديثة فى المجتمع ، واذا كانت هذه الأدوات غربية المنشأ ، وتحمل رموز الثقافة الغربية ، الا أنه كمـــا اشرنا من قبل أدوات قابلة للتطويع والتأقلم . ومن ثم فان تخريب أو تدعيم هذه الأدوات للثقافة المحليـــة المنقولة اليها سيتوقف على قدرة البيئـــة المحلية بهياكلها المختلفة على تطويع هذه الأدوات ، وتوظيفها لخدمة المصـــالح والثقافة المحلية .

والثابت أن أهداف وغايات الاتصال تتباين بتباين الأوضاع الســـياسية والاقتصـــادية والفكرية فى كل مجتمع ففى المجتمع الراسمالى يعد الاتصـــال نســـق طبقى يقوم بدوره فى خدمة أهداف المجتمع الراسمالى والحال كذلك فى المجتمع الاشتراكى وهو ايضـــا كذلك فى المجتمعات النامية تتحدد أهدافه على ضـــوء أهداف وغايات نظم الحكم التى تصـــوغ عمليات الاتصـــال فى هـــذه المجتمعـــات(٣) .

---

(١) جلال أمين ، بعض مظاهر التبعية الفكرية فى الدراسات الاجتماعية بالعالم الثالث ، اشكالية العلوم الاجتماعية فى الوطن العربى ، مؤلف جماعى ، المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية ، ١٩٨٤ ص ٢٣٤ .

(٢) راجع دراسة وافية قام بها صاحب العمل الراهن فى :
عبد الفتـــاح عبد النبى ، ســـيولوجيا الخبر الصحفى ، القـــاهرة ، العربى للنشر والتوزيع ، ١٩٨٩ .

(٣) أحمد أبو زيد ، الاتصال ، عالم الفكر ، العدد الثانى ، اغســـطس ١٩٨٠ ص ٨ .

واذا كان توظيف تكنولوجيا الاتصال يعنى الأهداف والغايات التى تستخدم من اجلها ، واذا كانت هذه الأهداف والغايات تتباين فى المجتمعات المختلفة ، فاننا يمكن هنـــا الحديث عن مستويين من مستويات توظيف تكنولوجيا الاتصال فى الدول النامية :

الأول : مستوى النظام السياسى . **والثانى** : مستوى الأفراد وما يدفعنا الى هـــذا التقســـيم هو ما نلاحظه فى أحوال كثيرة من انفصال واضـــح بين كلا المستويين فى استخدامهما لأدوات الاتصال :

والثانى : مستوى الأفراد . وما يدفعنا الى هذا التقسيم هو ما نلاحظه

(أ) التوظيف على مستوى النظام السياسى :

يرتبط توظيف اجهزة الاتصال فى الدول النامية بطبيعة الظروف المجتمعية والنظام السياسى والاجتماعى القـــائم فى هـــذه الدول ، ومع ما قد يوجد من تمايزات فى ظروف وأوضاع هذه الدول الا انها متشابهة جميعا فى مجموعة من السمات تجعل واقع الممارسة الاعلامية فيها تبدو متشـــابهة الى حد كبـــير . فهذه الدول تتميز بحداثة استقلالها وخضوعها طويلا تحت السيطرةالاستعمارية ومع أن معظمها قد حصل على الاستقلال السياسى ، الا أنها ما زالت جميعـــا تعانى بصـــورة أو بأخرى من آثارهذه السيطرة وأوضـــاع التبعية الاقتصادية والثقافية للدول المتقدمة(١)

كذلك يتســـم الاطار الاقتصـــادى والاجتماعى فى هـــذه الدول بالفقر العام ، وتدنى الأحوال الاقتصادية ، وجمود الحراك الاجتماعى ، وتفـــاوت واضح فى توزيع الدخول وتفشى الأمية والتعددية العرقية واللغوية . كما تتميز هذه الدول بغيـــاب أو ضعف التجمعات السياسية اذ أن كثيرا من الاحزاب السياسية فى هـــذه المجتمعـــات مجرد تنظيمات من خلق فرد وبالتـــالى تتحدد طبيعتها بشخصيته أكثر منها بآرائه السياسية بـ لويمكن أن تنتهى بمجرد وفاته أو فقدانه للاهتمـــام السياسى ، ويكمل ذلك غياب أو هامشـــية المعارضـــة السياسية وتمحور النظام السياسى كله حول نخبة محددة جدا من الافراد أو حتى فرد واحد هو شخص رئيس الدولة(٢) .

ويلقى هذا الواقع بجوانبه المختلفة بظلاله على الواقع الاعلامى فى الدول

---

(١) عواطف عبد الرحمن ، قضـــايا التبعية الاعلامية والثقافية بالعالم الثالث ، عالم المعرفة ، الكويت ، ١٩٨٤ .

(٢) كمـــال المنوفى ، الرأى العـــام فى الدول النـــامية ، مرجع ســـابق ص ٦٩ .

النامية ، وهو الواقع الذى يحمل هو الآخر خصـــائص التخلف ويتمثل ذلك فى المؤشرات التالية(١) :

١ — محدودية قنوات الاتصال وعدم كفايتها فى كثير من الاحيان ونمطية وتشـــابه ما تحمله من رسائل وارتباطها المفرط بالسلطة الحاكمة .

٢ — تدنى معدلات حيازة أدوات الاتصـــال لدى الأفراد فى هـــذه الدول

٣ — التمركز فى المنـــاطق الحضرية واهمـــال المنـــاطق الريفيـــة على اتســـاعها وغلبة عدد سكانها .

٤ — محدودية مصـــادر المعلومات ، والاعتمـــاد المفرط على المؤسسات الاجنبية فى الحصول على المعلومات وفى تشغيل أجهزة الاعلام .

٥ — تدنى قدرات الأفراد على المشاركة والتعامل مع اجهزة الاتصال .

٦ — عدم وجود قنوات اتصـــال بين المؤسسات الاعلامية والمؤسسات الأخرى فى الدولة التى يمكن أن تستفيد من النشـــاط الاعلامى وتفيده أيضا .

وفى اطـــار هذا الواقع السياسى والاقتصادى والاجتمـــاعى والاعلامى الذى يسود العديد من الدول النامية ، توظف الأنظمة الســـياسية بهذه الدول أجهزة الاعلام التى تخضع عادة للتوجيه والسيطرة من جانب هـــذه الانظمـــة لأداء مجموعة من المهام يمكن بلورة أهمها فيما يلى :

١ — التنميـــة :

كانت قضية التنمية هى القضـــية الأكثر الحاحا أمام المجتمعات النامية فى اعقـــاب حصولها على الاستقلال السياسى ، فقد وجدت هـــذه المجتمعات انه لا بديل أمامها للخروج من حالة التبعيـــة والتخلف والركود الا من خـــلال الاعتمـــاد على الذات ، وتعبئة الموارد والامكانات وحسن استغلالها من اجل البنـــاء والتقدم ، وقد اتجهت انظار المســـئولين فى الدول النامية الى اجهزة الاعلام باعتبارها أداة فعالة يمكن توظيفها لمساعدة خطط التنمية الحكومية(٢) . حيث بدا واضحا أمام هـــؤلاء القادة قدرة هذه الأجهزة فى مجال نشر المعلومات

---

(١) لمزيد من التفاصيل حول مؤشرات التخلف الاعلامى فى الدول النامية انظر : فرنسيس بال ، وسائل الاعلام فى الدول الناميـــة ، ترجمـــة حســـين العودات ، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم ، ادارة الاعـــلام ، ١٩٨٢ ص ص ١٠ — ١٦ .

(٢) محمد عبد القادر احمد ، دور الاعلام فى التنميـــة ، مرجع ســـابق سابق ص ٢١٧ .

والبيانات والأفكار الجديدة وتغطية اخبار المشـــاريع الحكومية وتوفير عنصر المعرفة حولها لدى مختلف القطـــاعات فى المجتمع ، وشرح وتفســـير هـــذه المشاريع واهميتهـــا وتهيئة المنـــاخ الاجتماعى والثقافى الملائم لقبولها وتحقيق الاجماع حول المقترحات الجديدة ، والمســـاعدة فى اضعاف الاتجاهات المعارضة لها ومعالجة المشكلات والقضايا التى يعانى منها المجتمع وتعترض خطط التنمية الى غيرها من المهام الضرورية التى تتطلبها عمليـــات التغيير والتنمية كالتدريب وتقييم ومتابعة الاجراءات ومعـــالجة الآثار النـــاجمة عن عمليـــات التبديل والاحلال ... الخ .

وقد يسهل من مهمة قيـــام اجهزة الاعلام بمثل هذه العمليـــات فى الدول النامية خضوع هذه الأجهزة للســـيطرة والتوجيه الحكومى الامر الذى يتيـــح فرصـــة افضل لممارسة اعلامية موحدة ومنسقة مع الجهود الحكوميـــة(١) بيد ان اخفاق العديد من الحكومات فى الدول النامية فى رســـم ســـياسات تنموية واضحة المعـــالم ، وضعف الأداء السياسى للانظمة الحاكمة فى الكثير من هذه الدول ، وفشلها فى تحقيـــق امال وطموحات شعوبهم فى التنمية والتقدم ، قد انعكس سلبيا على المهام التنموية لأجهزة الاعلام فى الدول النـــامية ، فباستثناء بعض العمليات المحدودة التى تقوم بها هـــذه الأجهزة بين الحين والآخر فى مجال التوعية والارشاد الصحى ، وتنظيم الأسرة وغيرها من القضايا تركزت معظم عمليـــات هذه الأجهزة للدفاع عن الأنظمة الحاكمـــة ، وغلب الطـــابع الدعائى على العملية الاعلامية برمتها فى هذه الدول(٢) . وهو الطـــابع الذى يتسم بتلوين الأخبار والمعلومات والحقائق بالآراء والعـــاطفة والتمحور حول وجهة نظر واحدة ، هى وجهة نظر السلطة واصـــحاب النفوذ ، والتزرع بالاستقرار والقاء اللائمة على الآخرين والهاء الجماهير فى توافه الأمور وقضايا فرعية ، بعيدا عن القضايا الأساسية الى غيرها من العمليات التى تهدف فى الأساس الى تزييف وعى الأفراد او تغييب هذا الوعى ، والحيلولة دون اقامة رأى عام مستنير قادر على فرض التغيير كمهمة اساسية ، اصبحت توكل الى اجهزة الاعلام فى العديد من الدول النامية فى الوقت الراهن .

---

(١) ديفد ويفر وكريستين اوغان ، نظرة عامة على الاعلام والتنميـــة ، ترجمة منى الطـــاهر ، المنظمة العربية للتربيـــة والعلوم والثقـــافة ، ١٩٨٥ ص ١٤ .

(٢) انظر فى ذلك :

خالد رشيد ، الاعلام العربى واقعه وابعاده ومستقبله ، بغـــداد دار الحرية ، ١٩٨١ .

٢ — اضفاء الشرعية :

تستخدم النخب الحاكمة فى العديد من الدول النامية اجهزة الاعلام كأداة لاضفاء الشرعية وتثبيت دعائم نظم الحكم القائمة وبالذات مع تزايد ضعف الأداء السياسى لهذه النظم وعجزها عن قيادة مسيرة التنمية وتحقيق الاستقلال الكامل ، وتدنى الأوضاع المعيشية للأفراد . والمقصود بالشرعية هنا ، هو تحقيق رضاء الجماهير وقبولهم لما هو قائم وللطريقة التى تمارس بها النخب الحاكمة الجديدة سلطاتها وللاجراءات التى تتخذها فى مجال التغيير . وبدون اضفاء الشرعية على هذه الاجراءات والقرارات يصبح النظام القائم غير مستقر وعرضة للاهتزازات .

ويرى « ماكس فيبر » أن الشرعية يمكن أن تستمد من واحد أو اكثر من مصادر ثلاثة هى(١) التقاليد والزعامة الملهمة والعقلانية ، ويعنى المصدر الأول استخدام اجهزة الاعلام للمعتقدات الشعبية والعادات والاعراف السائدة فى المجتمع والمتوارثة عبر الاجيال والتى تؤكد على الأحقية بالسلطة واطاعة أولى الأمر ، ويدخل فى هذا المصدر المعتقدات الدينية وكثيرا ما تلجأ النخبة الحاكمة عن طريق اجهزة الاعلام الى استخدام هذا المصدر ، وذلك بالاهتمام بالموالد والاحتفالات والمناسبات المختلفة التى تحرص القيادة على مباركتها وحضورها ، واستخدام الاناشيد الدينية التى تحث على طاعة الحكام وأحقيتهم فى الحكم ، وكذلك الاهتمام بالاغانى الشعبية والفلكلورية ، وذلك كله بهدف تحقيق رضاء وقبول الجماهير للنظام القائم واكتساب الشرعية المطلوبة .

اما المصدر الثانى ، والذى يتعلق بالزعامة الكارزمية ، فانه يعنى تحقيق الولاء والطاعة من جانب الأتباع والمحكومين للقائد أو الزعيم أو رئيس الدولة . ويتأتى ذلك من خلال ضفاء هالة من الاحترام والتبجيل والهيبة على شخصيته وابراز تصرفاته واعماله فى صورة جذابة ومشوقة دائما(٢) ولعل ذلك هو السبب الذى من اجله تحتل صور وتحركات الرؤساء والزعماء فى العديد من المجتمعات وبالذات النامية ، المساحة الواسعة من صفحات الصحف ، وساعات البث الاذاعى والتليفزيون ، وتضخيم تصرفاتهم واضفاء صفات عليهم من قبيل ، الملك المفدى ، والرئيس المؤمن ، والعاهل المعظم ،

---

(١) أنظر فى ذلك :

Max Weber, The Theory of Social and Economic organization New York, Oxford University Press, 1947 P. 130.

(٢) على فهمى ، الاعلام والثقافة فى مصر ، الحلقة الدراسية الثالثة لبحوث الاعلام ، مرجع سابق ، ص ٦ .

وصـــاحب الجلالة الى غيرها من صـــفات التـــآليه والتعظيم التى نســـمعها ونقراها فى اجهزة الاعلام وتستهدف اضـــفاء الشرعية على هؤلاء القادة .

ويعنى المصدر الثالث ، الذى أطلق عليه « فيبر » العقلانية القـــانونية Legal rational وهى مجموعة القواعد والقوانين التى تحدد واجبـــات وحقوق النخبة الحاكمة ، وطريقة شـــغل المناصب واخلائها ، وانتقال السلطة وتداولها وممارستها ، كذلك حقوق وواجبات المواطنين وتنظيم علاقاتهم بالسلطة الحاكمة ، وبصرف النظر عن مصدر هذه القوانين والقواعد أو القـــوى التى قامت بتشكيلها وصياغتها ، فان كثيرا ما يستفاد من أجهزة الاعـــلام فى الدول النامية فى التأكيد على ضرورة الالتزام بهـــذه القـــواعد والقوانين والحث على الانضباط وعدم الخروج عليها واعتبار كل من يخرج عليها منحرف وخارج عن الاجماع ، ومن المؤكد ان نجاح أجهزة الاعلام فى مهمة اضفاء الشرعية ، يتوقف الى حد كبير على كفاءةوفاعلية النخبة الحاكمة فى ادارة شئون المجتمع ومدى نجاح هذه النخبة فى تحقيق أهداف المجتمع وتطلعاته .

٣ ـ الضـــبط الاجتمـــاعى :

كذلك تقوم أجهزة الاعلام فى المجتمع النامى بمهمة الضبط الاجتمـــاعى ، بمعنى انها تعمل فى المجتمع بوصـــفها احدى القوى التى تساهم مع القوانين والاعراف والتقاليد ... الخ على امتثال الافراد لمعايير السلوك التى يفرضها المجتمع(١) ، وتزداد أهميـــة دور أجهزة الاعلام فى هـــذا المجال على بقية القوى الاخرى فى فرض الضبط الاجتمـــاعى لما لديها من قدرات هامة فى مجال نشر الآراء والافكار على نطاق قومى ولدى قطاعات عريضـــة من الافراد ومخاطبة الجماعات المختلفة ، وتحقيق الارتباط بينهـــا خصوصا فى المجتمعات الحديثة حيث يصبح الشىء الجديد الذى يتم نشره عبر أجهزة الاعلام بمثابة قوة موجهة تقود الافراد شرا أو خيرا الى انمـــاط من السلوك ذات طابع جمعى أكثر منه فردى . وهو ما يطلق عليه مصطلح المجتمع الجماهيرى Mass society حيث تلعب أجهزة الاعلام دور صـــناعة الثقافة وبلورة الراى العـــام الذى يصبح القوة الضاغطة فى مجال اتخاذ القرارات(٢) .

---

(١) للوقوف على مفهوم الضبط الاجتماعى وأساليبه والاتجاهات النظرية فى دراسته انظر :

عبد اللهالخريجى ، الضبط الاجتماعى ، دار الشروق ، جدة ، المملكـــة العربية الســـعودية ، ١٩٧٩ .

(٢) انظر فى ذلك :

ALAN Swinge Wood, The Myth of Mass Culture Macmillan Press, London, 1979, P. 13.

ويتميز المجتمع الجماهيرى ، بأنه يتكون من اعداد هائلة من الافراد غير المترابطين من الناحية الاجتماعية ويتحقق تماسكه من خلال الاتصالات غير الشخصية عبر اجهزة الاعلام الجماهيرى(١) كما انه يعمل من خلال قاعدة الاتصال ذات الاتجاه الواحد ، وليس من خلال التفاعل ، وبناء على ذلك ، فان المجتمع الجماهيرى يكون عرضة للضبط الاتوقراطى عن طريق قلة من الافراد ، وهم هؤلاء الذين يحددون ما ينشر وما لا ينشر فى أجهزة الاعلام ، فهى تحدد أنماط السلوك واشكال التصرف فى المواقف المختلفة ، كما تحدد للجماهير معتقداتها وافكارها وأساليب سلوكها وهى بذلك تقوم بدور مهم فى تشكيل وعى الافراد وان طبيعة هذا الوعى يتحدد على ضوء توجهات النخب الحاكمة فى المجتمعات المختلفة .

٤ — الوحدة الوطنية :

فى الدول النامية وبالذات التى ما زالت فى دور التكوين او حديثة العهد بالاستقلال ، تستخدم أجهزة الاعلام بكفاءة عالية من اجل تعزيز النعرة القومية وتأكيد الانتماء ووحدة الامة ، ومن هنا يركز جانب كثير من التغطيات الاعلامية عبر هذه الأجهزة ، على الذات القومية ، والانجازات الايجابية للامة، والوحدة الوطنية والسلام الاجتماعى(٢) .

وتزداد الحاجة الى اجهزة الاعلام فى المجتمعات النامية التى تتعرض باستمرار لعوامل التغيير من اجل تحقيق الاتفاق والقبول والاستقرار ، حيث يبدو ان العامل الأخير والخاص بتحقيق الاستقرار هو الشغل الشاغل للنخب الحاكمة فى العديد من هذه المجتمعات والذى يعنى ضرورة المحافظة على الاوضاع الراهنة ومقاومة اى تغيير يهدد نظم الحكم القائمة ، وتمارس اجهزة الاعلام هنا دورها ايضا بكفاءة عالية من خلال امتداح وتعظيم أساليب الثقافة السائدة ، وتأييد مثاليات الجماعة الحاكمة ، ومنع نشر انباء او وقائع معنية أو اخفائها تجد فيها تهديدا للبناء الاجتماعى والثقافى القائم .

٥ — الترفيه :

يلعب الترفيه دورا مهما فى عملية الالهاء السياسى وصرف الانتباه وتزيف وعى الأفراد ، وصرفهم عن واقعهم المعاش وتدرك الانظمة السياسية

---

(١) عبد الله الخريجى ، الضبط الاجتماعى ، مرجع سابق ص ٩٨ .
(٢) عبد الفتاح عبد النبى ، سوسيولوجيا الخبر الصحفى ، مرجع سابق ص ٥٧ .

فى بلدان العالم الثالث ، والتى تعانى من فقدان الشرعية ، والعجز السياسى هذه الحقيقـــة ، فتلجأ الى أجهزة الاعلام للقيـــام بمهمة الترفيه ، والمســـاعدة فى التنفيس والتخفيف من وطأة المعاناة التى يعيش فى اطارها الافراد ، ولعـــل ذلك يفسر أسباب اتساع حجم المضـــامين الخيالية التى تبثها أجهزة الاعلام فى هذه الدول وهى المضامين التى تتمثل فى القصـــص والراويات الفكـــاهية والمسابقات بين الاندية الى غيرها من المضامين التى تهدف الى نقل الفرد من واقعه المعاش المثقل بالمشـــاكل الى عالم أكثر رحابة واشراقا تتجسد خلاله كل امال الفرد وطموحاته والتى يعجز عن تحقيقها فى دنيـــا الواقع .

ولكن يبدو ان اجهزة الاعـــلام فى جميع الاحوال مضطرة الى نشر مثـــل هذه المضـــامين الخيالية ليس فقط بفعل التوجيـــه الســـياسى والتنفيس عن الرغبات المكبوتة لدى الافراد ومعاناتهم اليومية ، ولكن ايضـــا بهدف جـــذب الجمـــاهير أســـاسا الى التعرض لمضـــامين هـــذه الأجهزة بعـــد أن ثبت اقبـــال الجمـــاهير على مثـــل هـــذه المضـــامين على اختـــلاف انتمـــاءاتهم الاجتماعية(١) . بيـــد أن المشـــكل هنـــا لا يتحدد فى حجم هذه المضـــامين أو أهدافها ومـــدى الاقبال عليهـــا ، ولكن فى نوعيـــة ما يقدم من مواد ترفيهية، حيث كثيرا ما تتســـم هذه المواد بالسطحية والابتزال والميل للاثارة والاسفاف الأمر الذى يترك تأثيرات مدمرة على واقع الحيـــاة الاجتمـــاعية والثقـــافية للأفراد .

(ب) التوظيف على مستوى الأفراد :

يتأثر توظيف وسائل الاتصـــال على المســـتوى الفردى بعـــدة عوامل تتضـــافر معـــا لتحديد الكيفية التى يستخدم بهـــا الفرد الوســـيلة الاتصالية ويمكن تحديد هذه العوامل فيمـــا يلى :

١ — القدرات الذاتية للفرد (فسيولوجية ، ثقافية ، اقتصادية) .

٢ — الصـــورة الذهنية للفرد عن الوســـيلة الاتصالية .

٣ — خصـــائص هذه الوسيلة وقدراتها الاعلامية .

٤ — الطريقة التى يتم بها توظيف هذه الوسيلة من قبل النظـــام الســـياسى .

٥ — الواقع الثقافى والاجتمـــاعى الذى يعيش فى اطاره الفرد بما يمليه من احتياجات واهتمـــامات معينـــة .

---

(١) شون ماكبرايد وآخرون ، تقرير اللجنة الدولية لدراسة مشكلات الاتصـــال ، الجزائر ، الشركة الوطنية للنشر والتوزيع ، ١٩٨١ ص ٥١ .
للافراد .

ودون الدخول فى مناقشة تفصيلية لكل عامل من هذه العوامل فانه فى ظروف الفقر المطلق والنسبى الذى يعيش فى اطاره العديد من الافراد فى المجتمعات النامية ، وتدنى المستويات الثقافية والصحية ، وتفشى الامية وسوء الأحوال المعيشية ، فان ما يشغل بال هؤلاء الافراد حقا طوال كل أو أغلب الوقت هو كيفية مواجهة نفقات الحياة اليومية ، ومع الفقر والاستغراق فى مشاكل الحياة اليومية والمصالح الذاتية البحتة ، يختفى أو يتضاءل الاهتمام بالقضايا أو الأحداث العامة ، أو الرغبة فى المشاركة وابداء الرأى والحوار حول المشاكل والقضايا القومية ، والتى قد تثيرها أجهزة الاعلام ، ومع اشتداد وطأة المعاناة الاقتصادية والاجتماعية تتزايد النزعة الدينية والهروبية والاستسلامية لدى الغالبية العظمى من جماهير العالم النامى .

ومع الاحتكار الصارم من جانب السلطة السياسية لأجهزة الاعلام المركزية ، واستغراق هذه الأجهزة فى عمليات الدعاية السياسية ، والتبرير والمساندة واضفاء الشرعية على الممارسات المشروعة وغير المشروعة ... الخ . وعجز هذه الأجهزة اما بحكم طبيعتها الذاتية أو نتيجة للطريقة التى توظف بها عن النجاح فى تحقيق التفاعل والمشاركة الايجابية مع الجماهير ، فقدت أجهزة الاعلام الرسمية مصداقيتها وترسخت الصورة الذهنية لديها بأنها أجهزة سلطة وليست أجهزةشعبية يمكن الاعتماد عليها وانها أدوات للترفيه والتسلية وتمضية الوقت ، وليست للتوعية والارشاد والتثقيف ، فالصحيفة تقرأ للتسلية وتمضية الوقت والتليفزيون للفرجة والانبساط والراديو للاغانى والاستماع للقرآن الكريم وهكذا .

وفى ظل ما تقدم يوظف الجانب الأكبر من الأفراد فى المجتمع النامى أجهزة الاتصال بأنواعها المختلفة فى :

١ — الالمام بطقوس الحياة اليومية وبالذات تلك المتعلقة بعنصر الوقت والزمن مثل مواقيت الصلاة والآذان ، ومواعيد اذاعة المسلسلات حتى أن بعض الافراد يستخدم هذه المواقيت لتحديد مواعيد مقابلاته مع الآخرين .

٢ — الترفيه والتسلية وتمضية الوقت ، وينصرف هذا الاستخدام على كل أجهزة الاعلام المركزى حيث يتزايد اقبال الافراد على المضامين الترفيهية التى تبثها هذه الاجهزة (المسلسلات ، الافلام ، الاغانى ، المباريات الرياضية ، الحوادث والجرائم ... الخ) وكذا على أجهزة الاتصال الصغيرة (الفردية) مثل الفيديو وشرائط التسجيل وغيرها .

٣ — الاستماع الى القرآن الكريم والاحاديث الدينية عبر وسائل الراديو والتليفزيون وشرائط التسجيل .

٤ — متابعة طقوس وممارسات النخب الحاكمة وذوى النفوذ فى المجتمع ، دون محاولة التجاوب أو حتى مجرد الانخراط الوجدانى مع هذه الممارسات والاكتفاء بالفرجة والسخرية من هذه الممارسات .

٥ — تسهيل الاتصال الاجتماعى ، وذلك بالاستعانة أحيانا ببعض مضامين أجهزة الاتصال فى المناقشات والحوارات الشخصية .

٦ — الشهرة : فقد استخدم بعض الافراد من أدباء ومفكرين وفنانين ومنتجين وغيرهم أجهزة الاتصال بأنواعها المختلفة ، فى تحقيق شهرة واسعة حتى اصبحوا أعلاما معروفين على نطاق جماهيرى .

وايا كانت المهام التى تؤديها أجهزة الاتصال سواء على المستوى السياسى أو الفردى فى البلدان النامية ، فاننا نؤكد أن هذه المهام السابق تحديدها ، هى مهام عامة تقوم بها أجهزة الاتصال فى المجتمعات النامية الا أن ذلك لا ينفى حقيقة أن هذه المهام تتباين من حيث أولوياتها وسماتها وفقا للاوضاع المجتمعية والخصائص الحضارية التى تميز كل مجتمع من المجتمعات النامية .

الفصل الرابع

تكنولوجيا الاتصال
(التأثير والفاعلية)

الفصـــل الرابع

تكنولوجيـــا الاتصـــال (التأثير والفاعلية)

مقـــدمة :

اذا كان الفصـــل الســـابق قد اظهر الكيفيـــة التى تستخدم بها اجهزة الاتصـــال فى المجتمعات النامية بعامة ، والاهداف والغايات التى توظف من اجلهـــا فى هذه المجتمعـــات ، فان هذا الفصل يسعى لمنـــاقشة نتائج قيام اجهزة الاتصـــال بالمهـــام التى توظف من اجلها وحقيقة التأثيرات الاجتماعية لهذه الاجهزة . لمـــا لذلك من علاقة وثيقـــة ومبـــاشرة بموضوع اهتمـــامنا الرئيسى فى هذا العمل وهو بحث علاقة الاتصـــال بالثقافة المحلية .

والواقع ، ان قضـــية تأثير اجهزة الاتصـــال الحديثة فى المجتمع ، تعد واحدة من القضـــايا المعقدة ذات التاريخ الطويل والممتد فى التراث الاعلامى ، والتى لا يزال الجدل دائرا حولهـــا بين الباحثين ولا يكمن تعقيدها وصعوبتها فى اضطراب المفاهيم التى جرى طرحها حتى الآن ولا فى حجم المشـــاكل الفنية الخاصة بتصميم بحوث التأثير ، وصعوبة عزل المؤثرات الاخرى الفـــاعلة فى العمليـــة ، وقلة التنظير الدقيـــق فى هذا المجال ، وقيام بحوث التأثير التى اجريت على أسس نظرية ومنهجية غير واضـــحة ... الخ . ولكن للقضية ابعادا ايديولوجية ومجتمعيـــة ايضـــا حيث يحدد الانتماء الفكرى للباحث مدى اقباله — أو معارضته لمناقشـــة قضية تأثير اجهزة الاعلام فى المجتمع .

فأنصار الاتجاه الوظيفى أو الليبرالى ، الذين يؤمنون بالتفرد واستقلال النظم الاجتمـــاعية فى المجتمع ... الخ يميلون الى فهم الاتصـــال كنســـق وظيفى له دوره فى نقل الرسائل الاعلامية الى الافراد ، وبالتالى فانهم يسعون للتعرف على مضـــامين هذه الرسائل ودرجة تأثيرها على وحدات المجتمـــع ومناشطه المختلفة ، حيث يتزايد الاهتمـــام لدى أنصار هذه الاتجاه ، للتعرف مثلا على تأثير المواد الاعلاميـــة على رؤية الفرد للعـــالم الذى يحيط به ، وفى اتخاذ قراراته .

وفى المقـــابل ، فاننا نجد انصـــار الاتجـــاه المـــادى الجدلى ، يشككون كثيرا فى جدوى بحوث التأثير الاعلامى ، فمن وجهة نظر انصار هذا الاتجاه فقد تشكل التاريخ من خلال علاقات الصراع والتناقض بين الطبقات الاجتماعية المختلفة ، وان التنافس فى الحملات الانتخابية مجرد تنافس بين شيئين متماثلين

كما ان بحوث التأثير التى يجريها انصار الاتجاه الوظيفى تتجاهل طبيعة الخضوع الأيديولوجى لاجهزة الاعلام للطبقة المسيطرة فى المجتمع . وهكذا ، فان عمليات اجهزة الاعلام تفهم لدى انصار هذا الاتجاه بوصفها نشر وترويج مفاهيم تؤدى للنفوذ فى المجتمع وخدمة مصالح واهتمامات الجماعة الحاكمة ، وهذه المفاهيم والاهتمامات فى حد ذاتها لا تصلح ان تترجم بسهولة الى اى شكل من ابحاث التأثير بالصورة المعروفة(١) . وفضلا عن ذلك ، فان التقييم النهائى لتأثير اجهزة الاعلام ، لا يتحدد فقط من خلال عنصرى المضمون والجمهور ، كما يعتقد انصار الاتجاه الوظيفى ، ولكن ايضا من خلال الطريقة التى يتم بها امتلاك وتوظيف المؤسسات الاعلامية فى المجتمع ، ومع ان انصار الاتجاه المادى الجدلى ينظرون الى اجهزة الاعلام باعتبارها ادوات مهمة فى تشكيل وعى الافراد ، الا ان اتجاه هذا الوعى لا يمثل اهمية ، ولا يتطلب الدراسة الميدانية ، طالما انه يعكس افكار وتصورات الجماعة الحاكمة ويوجه اساسا لتدعيم الاوضاع القائمة .

كذلك ، فان التمايزات المجتمعية المختلفة ، توضح اسباب الاقبال او عدم الاقبال على دراسة تأثير اجهزة الاعلام فى هذا المجتمع او ذاك . ويفسر « بملر » اسباب تزايد اقبال المؤسسات الاكاديمية فى الولايات المتحدة الامريكية وبالذات فى فترة ما بعد الحرب العالمية الثانية على دراسة تأثيرات اجهزة الاعلام ، بان هذا المجتمع بدأ يشهد موجة من التغيرات الاجتماعية غير المتوقعة ، وظهور اساليب حياة غير مبررة وعابثة ، وتفشى العادات الجنسية السيئة وتضاءل الثقة بالادارة نتيجة للحرب الفيتنامية ، ومن ثم ، نظر خبراء الاتصال ورجال الاعلام فى المجتمع الامريكى الى اجهزة الاعلام بوصفها عاملا من عوامل هذا التغيير الاجتماعى ، او انها ادوات يمكن توظيفها للحصول على التأثير الجماهيرى ومنبهات او محركات لتحقيق الاهداف المقترحة للتغيير ومن هنا تأتى اهمية بحوث التأثير فى المجتمع الامريكى .

وفى المقابل يقل الاهتمام نسبيا ببحوث التأثير الاعلامى فى المجتمعات الأوربية ففى هذه المجتمعات لا يتجسد الاختيار بين الافكار المتعارضة فى كتابات المثقفين فقط ، ولكن تترجم هذه الافكار ايضا بشكل منظم الى احزاب وتيارات تتضمن الدعوات الراديكالية للتوزيع السائد للثروة والسلطة .

---

(١) انظر فى ذلك :

Blumler, J. & Gurrevitch. M., The Political Effects of Mass Communication, in Michael Gurevitch & other (eds) Culture, Society and The Media, Methuen, London, 1982), P. 238.

كما هو الحال فى البلدان الاشتراكية ، ومع أن حجم ما تحقق من مساواة وعدالة فى هذه البلدان لمبرز قاصرا وسطحيا ، حيث استمرت ملامح النظام القائم على التمايزات الاجتماعية ، فان ذلك دفع عددا من الباحثين فى هذه البلدان الى التساؤل حول ما اذا كان الاتصال الجماهيرى قد لعب دورا فى الحد من الدوافع الراديكالية وبالذات بين افراد الطبقة العاملة التى ظلت تعانى فى المجتمعات الاشتراكية وبالتالى ، فان التصور السائد لدى العديد من الباحثين فى هذه المجتمعات يتجه الى اعتبار اجهزة الاعلام مؤسسات للضبط الاجتماعى تعمل اساسا للحد من الاتجاهات الراديكالية فى التغيير الاجتماعى والمساعدة فى تدعيم الاوضاع القائمة والمحافظة عليها(١) . ومن ثم يقل اهتمامهم ببحث قضية التأثير على اساس أن تصور الضبط الاجتماعى يعنى أن مضامين اجهزة الاعلام تميل الى التدعيم وليس التغيير ، الامر الذى لا يستأهل البحث والدراسة طالما أن ما هو قائم معروف سلفا .

وفى المجتمعات النامية ، حيث تشهد هذه المجتمعات تغييرات سريعة ومتلاحقة ، وتتزايد اهمية ومكانة اجهزة الاعلام فى الاسراع بتحقيق برامج التغيير والتنمية ، نجد أن هناك ميل بين الباحثين والمفكرين فى هذه المجتمعات للوقوف على تأثيرات هذه الاجهزة وحقيقة دورها فى هذه المجتمعات ولكن هذا الميل . ظل كامنا ، ولم يترجم الى بحوث واضحة لاسباب متعددة ليس هناك محل لمناقشتها(٢) .

وأيا كانت التعقيدات والمشاكل المحيطة ببحث قضية التأثير الاعلامى ، وبعيدا عن الاختلافات القائمة بين الباحثين لتأييد أو تجاهل مناقشة هذه القضية . فاننا نرى أن طرح هذه القضية للمناقشة ، يكتسب هنا مشروعية خاصة على ضوء الانقسام الواضح فى موقف الباحثين بين تأكيد قوة اجهزة الاعلام والتقليل أو التهويل من شأن عمليات هذه الاجهزة ودورها فى المجتمع ، وكذلك الحاجة الى الاطلاع على التطورات الجديدة فى بحوث التأثير الاعلامى ، وابرز انجازاتها ، وتقديم رؤية نقدية لهذه البحوث تتيح لنا فهما

---

(١) Ibid, P. 239.

(٢) للوقوف على عرض مفصل لمشكلات بحوث الاعلام فى المجتمعات النامية انظر :

سمير حسين ، بحوث الاعلام ، الاسس والمبادىء ، القاهرة ، عالم الكتب ١٩٧٦ . وكذلك :

مجموعة الدراسات والبحوث التى قدمت الى اجتماع خبراء بحوث الاعلام فى الوطن العربى ، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم ، القاهرة ديسمبر ١٩٧٨ .

افضـــل لحقيقة تأثيرات أجهزة الاعلام وكيفيـــة دراسة هذه التأثيرات فى الواقع المحلى باختصـــار ، فان هذا الفصل يتناول مناقشة العناصر التالية :

١ — تطور بحوث التأثير الاعـــلامى .

٢ — المداخل النظرية فى بحوث التأثير .

٣ — المحددات الفاعلة فى تأثير أجهزة الاتصـــال .

أولا : تطور بحوث التأثير الاعـــلامى :

أدى النمو الهـــائل فى أجهزة الاعلام منـــذ بداية هـــذا القرن . وتزايد الثورات السياسية والاجتمـــاعية العـــالمية ، التى يرى البعض ان أجهـــزة الاعلام لعبت دورا فيهـــا الى توجيه الانتبـــاه الى هـــذه الأجهزة والى ضرورة الكشف عن حقيقـــة دورها بطريقة علميـــة ومنظمـــة . وكذلك الوقوف على ميكانزمات قوتها وتأثيرها . وقد اتخذ البحث فى تأثير أجهزة الاعلام ثلاث مراحل اســـاسية ومتميزة(١) .

المرحلة الأولى : ويمكن حصرها فى الفترة من أواخر العشرينيات وحتى بداية الحرب العـــالمية الثانية ، وارتبطت بحوث التأثير فيهـــا بانجـــازات علم النفس الاجتمـــاعى (نموذج المثير — الاستجابة — التعلم) وبالاعتبارات المهنية والتجارية وجرى خلالهـــا تطوير عدد من النمـــاذج النظرية بهدف البحث عن طرق جديدة للنهوض بكفـــاءة الاعلان وتنظيم الحمـــلات الانتخابية واستطلاع الرأى العـــام حول قضـــايا معينة (ســـياسية فى الاســـاس) وزيادة توزيع الصحف ... الخ . وقد اتجهت الأنظار خلال هذه المرحلة الى أجهزة الاعـــلام بوصـــفها أدوات فعالة فى تشـــكيل الآراء والمعتقدات ، وفى التـــأثير الدعائى القوى للمضـــامين الاعلامية ، وقد ســـاهم فى تشـــكيل هذه النظرة ، المناخ الســـياسى والفكرى الذى كان ســـائدا خلال هذه المرحلة ، فقد أعقب الهدوء النسبى الذى ســـاد العالم بعـــد الحرب العالمية الاولى ، وظهور الحكومات الفاشيستية منذ عام ١٩٣٠ فى ايطاليـــا والمانيـــا ، واليـــابان ، واستخدامها لجهزة الاعلام فى الاعمـــال الدعائية والتأثير فى عواطف واتجاهات النـــاس ، والضرب على وتيرة الولاء والطاعة والالتزام . كمـــا ســـاهم فى ذلك أيضـــا ســـيادة نظرية المجتمـــع الجمـــاهيرى Mass society التى جعلت دراســـة تأثير أجهزة الاعلام تأخذ منحى يرى أن انحصـــار الاشـــكال التقليدية للتنظيم ،

---

(١) انظر فى ذلك :

ســـامية محمد جـــابر ، الاتصـــال الجمـــاهيرى والمجتمع الحديث ، الاسكندرية ، دار المعرفة الجامعية ، ١٩٨٤ ص ١٤٠ .

الاجتماعي تحت تأثير التصنيع والتحضر ، قد أثرت في النظام الاجتماعي حيث أصبح الافراد في ظل المجتمع الحديث ، عبارة عن ذرات مبعثرة ومعزولة عن الشبكات التقليدية للعلاقات الاجتماعية ، وبعيدة عن مصادر التأييد الاجتماعي . وبالتالي فهم معرضون أكثر للدعاية المباشرة وتأثير النخبة الحاكمة والجماعة المسيطرة على أجهزة الاعلام(١) ، التي تعد رسائلها هنا منبها مباشرا ومؤثرا يحدث استجابة فورية لدى الأفراد .

وقد شهدت المرحلة الثانية ، التي امتدت منذ عام ١٩٤٠ ، وحتى بداية الستينيات نشاطا مكثفا في مجال بحوث التأثير ، حيث ظهرت بعض النماذج التي جاءت انعكاسا للرغبة المتزايدة لتطور وترابط دراسات الاتصال . فقد تغير خلال هذه المرحلة النموذج المبسط الذي ساد المرحلة الاولى ، المرسل ، والقناة ، والرسالة ، والمتلقي . واخذت التغيرات في اعتبارها أوجها مهمة عديدة في الاتصال الانساني فقد برزت الحاجة الى ادخال عنصر رد الفعل (Feed back) كعنصر اساسي في العملية ، والنظر الى عملية الاتصال بوصفها عملية دائرية ومتكررة وليست خطية أو مستقيمة كما هو الحال في نموذج المرحلة الاولى(٢) وارتبط التطور الرئيسي الثاني خلال هذه المرحلة ، بتأكيد فكرة أن المتلقين ليسوا سلبيين وانما يقومون عادة بعمليات ادراك ، وتفسير وتذكر انتقائية للرسائل الاعلامية ، بينما كانت النماذج في المرحلة الاولى تقصر عدم كفاءة الاتصال على الضوضاء أو التشويش (Noise) . ونجاح الاتصال في نوايا القائم بالاتصال . نجد أن التفكير في هذه المرحلة أخذ يتجه الى خصائص المتلقين والمعرفة المسبقة بهذه الخصائص ، والسياق الاجتماعي الذي يحدث فيه الاتصال كعوامل حاسمة في نجاح عملية الاتصال .

وتمثل التطور الرئيسي الثالث في هذه المرحلة في الاهتمام بفصل نماذج الاتصال الجماهيري عن نماذج الاتصال التقليدية ، ووضع سمات خاصة ومميزة لعملية الاتصال الجماهيري . فقد تبنى « شرام » في نموذجه الاكثر ذيوعا ، الطبيعة الجمعية للمرسل ، والعضوية الاجتماعية للمتلقي ، ووجه رلاي ورلاي (Rily & Riley) أهمية خاصة للوضع الاجتماعي المرسمي وغير الرسمي الذي يؤثر على كل من المرسل والمتلقي والعلاقة بينهما ووضع « مالتزكي » (Maletzyke) نموذجا معقدا ضمنه هذه الافكار وغيرها . وخصوصا تلك الافكار المتعلقة بالتباين بين مختلف الاجهزة ، ونوع

---

(١) Blumler & Gurrivitch, The political of Mass Communication Op. Cit., P. 242.

(٢) McQuail & Windahl, **Communication Models,** Longman, London, 1981, P. 5.

المضمون ، ومدى فهم كل من الجمهور والقائمين بالاتصال لبعضهم البعض .. الخ . وعمل وستلى وماكلين (Westley & Maclean) على تأكيد الدور الذى تلعبه مؤسسات الاتصال الجماهيرى فى التوسط والتحكم كقنوات بين مصادر المعلومات فى المجتمع والجمهور العام . وساهم نموذجهما ايضا فى سد الفجوة بين النماذج الأولى بتأكيدهما على الاتصال الهادف ، وتدفق الاتصال الجماهيرى الذى يبدو غيرها هادف بمعنى ان استمراريته غير موجهة الى متلقين معروفين ومحددين . حيث نجد ان القائم بالاتصال فى نموذجهما يعمل بوصفه وكيلا او ممثلا Anagent للمتلقى ، ومفسرا لاحتياجاته واهتماماته. وطبقا لهذا التصور ، فان رغبة الجمهور تصبح بديلا حرفيا لهدف القائم بالاتصال(١) .

وقد كانت محصلة هذه التطورات ، ان اتسم الطابع العام لبحوث ودراسات التأثير فى هذه المرحلة — وعلى خلاف المرحلة الأولى — بالتقليل من كفاءة وفاعلية أجهزة الاعلام بصفة عامة . واصبح ينظر الى هذه الأجهزة على انها تعمل من خلال وسائط تسهل او تعوق من تأثيرها . وقد عبر عن ذلك بيرلسون Berelson فى معادلة شهيرة مفادها :

ان نوعا ما من الاتصال + نوعا ما من الموضوعات تضاف الى الانتباه الخاص لجمهور ما . تحت بعض انواع الشروط . يمكن ان يجعلنا نحصل على قدر معين من التأثير(٢) .

ولقد أوضحت تفسيرات (بيرلسون) لهذه المقولة ، انها مجرد موجه اجرائى لترشيد خطوات البحث ، حيث اوضح اهمية التمييز بين اجهزة الاعلام وما يوجد بينها من اختلاف فى الخصائص والقدرات ، وبين مختلف انواع المضمون الذى تثيره هذه الأجهزة . وان التأثيرات سوف تختلف بالضرورة ، وفقا للاتجاهات السائدة بين الجمهور حول الموضوعات المثارة وكذلك وفقا للاختلافات النوعية بين الأفراد ، حيث ان هناك بعض الأفراد أكثر قابلية للاقتناع من الآخرين .

كذلك فقد حدد « كلابر » خمسة عناصر وسيطة تحد من عملية التأثير المباشر لأجهزة الاعلام : وهى العمليات الانتقائية ، ومعايير الجماعة ،

---

(١) راجع عرضا مفصلا لهذا التصور فى :
McQuail & Windahl, Communication Models, ibid PP. 23 — 34.

(٢)
McQuail, D., Towards A Sociology of Mass Communication London, Collier Macmillan, 1980, P. 45.

والاتصال الشخصى ، وقادة الرأى ، وطبيعة اجهزة الاعلام فى المجتمع الحر(١) وانتهى كلابر من تحليلاته لهذه العناصر الى ان مضمون اجهزة الاعلام ، وفقا لطبيعة هذه العناصر ، يساهم فى تدعيم او تغيير او تعديل الاتجاهات الهامشية او الرئيسية ، كما يمكن ان يحدث تاثيرا على المدى الطويل او القصير وعلى مختلف قطاعات الجمهور(٢) .

واذا مضينا فى استعراض دراسات كل من (بيرلسون) (Berelson) ١٩٤٨ ، و « هوفلاند » (Hovland) ١٩٥٣ و ١٩٥٤ ، و « كلابر » (Klapper) ١٩٦٠ ، و « كوكس » (Cox) ١٩٦١ الى غيرها من الدراسات التى عنيت بدراسة الآثار الاجتماعية لاجهزة الاعلام والوقوف على قدراتها التاثيرية فى هذه المرحلة . فاننا لا نخرج من هذه الدراسات باجابات واضحة حول قوة اجهزة الاعلام ، وعلى العكس افضت هذه الدراسات الى اقتناع مؤداه ان التغييرات الجوهرية فى الاتجاهات والآراء نتيجة لما تقدمه اجهزة الاعلام هى تغيرات من المحتمل ان تكون طفيفة للغاية ، وان اجهزة الاعلام الجماهيرى لا تعمل عادة كعنصر كاف وهام للتاثير على الجمهور ، وانما تؤدى هذه الاجهزة وظيفتها من خلال مؤثرات وسيطة ومتداخلة على النحو الذى اشار اليه « كلابر » من قبل .

واذا كانت مثل هذه الدراسات ، قد اتسمت بالواقعية ، وبالحبكة المنهجية ، ولفتت الانتباه الى تعقد عملية الاتصال الجماهيرى ، وعرفنا خلالها الكثير عن العناصر الوسيطة والشروط التى يمكن فى اطارها ان يحدث قدر ما من التاثير . الا ان ما يؤخذ على هذه الدراسات انها لم تميز بين انواع ومستويات التاثيرات المختلفة التى تسعى الى بحثها ، واستهدفت التركيز على التاثيرات قصيرة الاجل (Short-term effects) واهمالها الواضح لعمليات التاثير التراكمية والمتنامية التى تتركها اجهزة الاعلام على المدى الطويل (Long term effects) فقد اهتم معظم هذه الدراسات بقضايا وموضوعات آنية (سياسية واعلانية فى الاساس) لها ظروف خاصة وارتبطت تساؤلاتها باهداف واغراض الذين قاموا بالاشراف عليها وتمويلها . كما افتقدت اجاباتها التحديد النظرى(٣) . وهكذا فان دراسات التاثير السريع وقصير الاجل قد سادت على حساب دراسات التاثيرات التراكمية وطويلة الاجل .

---

(١) Klapper, J., **The Effects of Mass Communication**, New York, Free Press, 1960, P. 19.

(٢) Klapper, J., **Ibid**, P. 258.

(٣) Defleur, **Theories of Mass Communication**, New York, David Mc Kay, 1975, P. 116.

وفى المرحلة الثالثة ، وخلال حقبة السبعينات ، فان التساؤل عن تأثيرات أجهزة الاعلام ، قد طرح من جديد ، واتسم الطابع العام لبحوث التأثير فى هذه المرحلة بالرؤية النقدية للنماذج والاساليب المنهجية المستخدمة فى المرحلة السابقة ، وبالاعتدال فى تفسير قوة اجهزة الاعلام أى عدم المبالغة أو التهوين من شأن هذه الاجهزة . وبدأ البحث فى جوانب معينة كانت مهملة من قبل ، فقد تجاوز السعى للوقوف على التأثير المباشر لأجهزة الاعلام الى محاولة الاجابة على التساؤلات الخاصة بالتفاعل المتبادل والمعقد بين الأفراد اثناء عملية الاتصال . حيث اتجه الاهتمام هنا الى التساؤلات الخاصة بدور المؤسسات الاعلامية والقائمين عليها ، ونوعية المضمون الاعلامى الذى تقدمه أجهزة الاعلام وما يحمله هذا المضمون من قيم وافكار وعادات مجتمعية ، وكذلك تأثير رغبات الافراد واحتياجاتهم الاجتماعية المحددة على سلوكهم وردود افعالهم ، وتأثير العلاقات الشخصية على حجم انتشار الرسالة الاعلامية أو درجة قبول أو رفض المضمون الاعلامى(١) .

كذلك فقد تغير الاهتمام من التأثيرات المباشرة قصيرة الاجل الى التأثيرات غير المباشرة طويلة الأجل(٢) . ومن بين الافكار المحورية التى ظهرت فى هذا المجال سيادة التصور بأن أجهزة الاعلام تمارس معظم تأثيرها عن طريق تقديم المعرفة والاحكام الاساسية حول الموضوعات التى تقع خارج نطاق الخبرة الشخصية المباشرة للفرد ، حيث يكتسب الناس المادة الخام Row-material كما هى ، ومن خلالها تتشكل آراؤهم . فالناس تستقبل مثيرات من أجهزة الاعلام عما يجب أن تبدى رأيا فيه ، وعن الافكار السائدة حول القضايا المختلفة فى المجتمع . ومن ثم فان تأثيرات أجهزة الاعلام عليهم سوف تعتمد على طبيعة المعرفة ومجموعة المعتقدات المقدمة ، ودرجة اتساقها وتنوعها . واخيرا ، درجة اعتماد الافراد اساسا على هذه الأجهزة كمصدر للمعلومات .

وأيا كان الأمر ، فانه يمكن بلورة اهم التحولات الحديثة فى بحوث التأثير الاعلامى فيما يلى :

١ — التحول من التركيز على الاتجاهات والآراء فى دراسة تأثير اجهزة الاعلام الى التركيز على المعارف . وهذا التحول يطرح تساؤلا مؤداه : هل

---

(١) لمزيد من التفاصيل حول الاتجاهات الحديثة فى بحوث التأثير انظر :
McQuail, D., Towards a Sociology of Mass Communication, Op. Cit., PP. 58 - 78.

(٢) انظر فى ذلك :
McQuail, D., & Windahl, S., Op. Cit., P. 60 — 74.

التغير فى المعارف هو فى الحقيقة شرط مسبق للتغير فى الاتجاه ؟ وعلى الرغم من عدم وجود شك فى الصلة القائمة بين الاتجاهات والمعارف الا أن العلاقات السببية بينهما ، ما زالت اكثر تعقيدا وغامضة الى حد كبير .

٢ — التحول من فهم التأثيرات من واقع التغيرات الصادمة الى فهمها بمعنى تشكيل او اعادة تشكيل المعارف والتصورات . ويبدو واضحا أن ذلك مرتبط بالتحول السابق ، ويتضح بصورة أكثر فى البحوث التى يطلق عليها « وظيفة وضع البرامج » التى تقوم بها اجهزة الاعلام . agenda-setting function of mass media وكذلك دور اجهزة الاعلام فى تشكيل تصورات الجمهور للواقع الاجتماعى .

٣ — كثرة نماذج الاتصال الجماهيرى ، التى طرحت محددات بديلة لطبيعة التأثيرات ، فالنماذج الخطية التى تحدد عناصر عملية الاتصال فى : المصدر ، القناة ، الرسالة ، المتلقى ، والتركيز على التغيرات فى الحالة العقلية للمتلقى التى اثارتها نماذج سابقة قد استكملت ، بمداخل أخرى تتضمن دراسات الرغبات والحاجات التى يتم التركيز فيها على اعضاء الجمهور ، ومدى تكيف مضمون اجهزة الاعلام طبقا لاحتياجاته واهتماماته .

٤ — الاقلاع عن التركيز المكثف لدراسة تأثير اجهزة الاعلام من خلال الحملات الانتخابية ، الى الاهتمام بدراسة مختلف مجالات تغطية اجهزة الاعلام بما فى ذلك الظروف غير الانتخابية او العادية. حيث كان المنحى الأول يثير نقدين اساسيين ، أولهما انه يركز الاهتمام على التأثيرات قصيرة الأجل (فترة الحملة الانتخابية) ويهمل بالتالى التأثيرات التراكمية التى تتركها اجهزة الاعلام على معتقدات الأفراد وتصوراتهم للمواقف المختلفة . وثانيهما هو أنه يعالج فقط تأثيرات الرسائل السياسية ، ويتجاهل مضامين فكرية أكثر اقتناعا مثل الكوميديا ، المسلسلات ، والقصص ... الخ . وقد اصبح الاتجاه الجديد يركز على اجراء تحليلات متعمقة Cultivation analysis وشاملة لمضامين اجهزة الاعلام . ومحاولة الوقوف على نوعية الأفكار والتصورات التى يغلب اثارتها فى البرامج والموضوعات التى تثيرها هذه الأجهزة(١) .

٥ — الاهتمام بدراسة القائمين بالاتصال الجماهيرى ، والوقوف على اساليب العمل بالمؤسسات الاعلامية ، وظروف انتاج المواد الاعلامية داخل هذه المؤسسات ، وذلك انطلاقا من اقتناع مؤداه ، أن فهم ما يدور داخل المؤسسات الاعلامية ، والتعرف على أساليب العمل بها وعلى طبيعة الانتماءات الفكرية والاجتماعية للقائمين بالاتصال الجماهيرى ، وتحديد مجالات اهتمامهم

---

(١) Blumber, J., and Gurrevitch, M., The Political Effects of Mass Communication, Op. Cit., 240.

ومواقفهم إزاء القضايا المختلفة سوف يسهم فى فهم قدرة أجهزة الإعلام فى مجال التأثير الإجتماعى(١) .

ومهما كانت طبيعة التحولات التى طرأت على توجهات أبحاث التأثير الحالية ، وما قد يستجد منها فى المستقبل وبالذات حول تأثير الإتصال الدولى ، وأنظمة تبادل المعلومات الحديثة ، وعلاقة أجهزة الإعلام الدولية بالثقافات القومية ... إلخ ، فإننى أرى أن الجانب الهام الذ ي ينبغى أن يركز عليه الاهتمام أولا فى مجال التأثير الإعلامى هو ذلك الجانب الذى يسعى الى الوقوف على الظروف التى يمكن فى اطارها أن يحدث التأثير ، وتحديد العناصر الفاعلة فى هذا التأثير . على أن يكون واضحا من البداية حجم ونوع التأثير الذى يسعى الباحث الى دراسته حتى يمكن الوصول الى نتائج محددة وواضحة تحد من كثافة الغموض الذى يحيط بهذا النوع من الدراسات . وعلى الرغم من ذلك ، فان استعراض التراث النظرى المتوافر حتى الآن يكشف لنا عن مجموعة من الانجازات الهامة فى هذا المجال :

أولا : هناك اتفاق بين الباحثين على أن التأثيرات التى تحدث من أجهزة الاعلام كثيرا ما يأخذ معظمها شكل تدعيم الاتجاهات والآراء السائدة . بمعنى أن مضمون أجهزة الاعلام يعمل على تدعيم الآراء السائدة لدى الجمهور أكثر مما يعمل تغيير هذه الآراء . وهى خلاصة تتفق مع الحقيقة القائلة بأن الناس تميل الى رؤية وسماع المضامين المفضلة أو التى تتفق مع اهتماماتهم أو توقعاتهم . وأن الجمهور يستجيب لمضمون أجهزة الاعلام الذى ينسجم مع هذه التوقعات وعلى ضوء ذلك يتم رفض أو قبول أى مضمون .

ثانيا : هناك اتفاق على أن التأثيرات تتباين وفقا لأهمية أو مكانة القائم بالاتصال . أو كما يطلق عليها البعض المصدر الأكثر جدارة بالثقة والهيبة والمعقولية . بالاضافة الى ما يتمتع به من قدرات فى تقديم الحجج والبراهين ، حيث يميل الجمهور الى سرعة الإستجابة لإستنتاجات هذا المصدر(٢) .

ثالثا : كلما زاد انتشار أجهزة الاعلام وتغلغلها بين الجمهور تزايدت احتمالات تغيير الآراء فى الاتجاه المرغوب .

---

(١) للوقوف على عرض مفصل حول هذا المنحى فى بحوث التأثير انظر :

Elliott, P., **Media organization and occupations : an over view, in** James Curran, and other (eds.) Mass Communication and Society, London, Edard Arnold 1982, PP. 142 — 168.

(٢) انظر فى ذلك :

Berelson, B., Steiner, G., **Mass Communication** in Human Behaviour, An inventory of Scientific findings, New York, Harcourt, Brace & world Inc., 1964, P. 537.

رابعا : معرفة الجمهور بالقضايا والموضوعات ، تؤثر على احتمالات التأثير ، حيث إن أجهزة الإعلام يمكن أن تؤثر في خلق تغيير حول الموضوعات غير المألوفة أو الخارجة عن دائرة حياة الفرد اليومية . وبعبارة أخرى تلك الموضوعات غير الملحة ، بالنسبة للأفراد ، أو التي لا ترتبط مباشرة بميولهم ، وذلك اذا ما تعرض لها الفرد .

خامسا : إن انتقاء وتيسير الجمهور للمضمون الإعلامي يتأثر بالآراء والاهتمامات السائدة وبمعايير الجماعة أيضا .

سادسا : ان بناء العلاقات الشخصية السائدة بين الجمهور ، يلعب دورا وسيطا في إنتقال المضمون الاعلامي ، وان طبيعة هذه العلاقات تحدد او تقرر ما قد يحدث من تأثير (افترضي تدفق المعلومات على مراحل) .

ثانيا : المداخل النظرية في بحوث التأثير :

وعلى ضوء ما تقدم ، يمكن تصنيف بحوث التأثير ونماذجه الأساسية في مدخلين اساسيين ، المدخل الاول : — هو **المدخل التقليدي**(*) . الذي ساد خلال المرحلة الأولى والثانية من تطور بحوث التأثير . وينطلق من التساؤل الأساسي ، ماذا تفعل اجهزة الاعلام بالناس ؟ أما المدخل الثاني : فهو **المدخل الوظيفي** ، الذي يركز على السؤال المقابل ، ماذا يفعل الناس بأجهزة الاعلام . وسوف نسعى هنا إلى التعرض لهذين المدخلين المختلفين ، محاولين إبراز أهم الأفكار السائدة في كل منهما وما تشتمل عليه من أوجه قوة أو ضعف وبيان ملاءمتهما لدراسة تأثير اجهزة الإتصال في المجتمع أو مدى الاستفادة منهما في الدراسة الراهنة .

(أ) المدخل التقليدي :

يتجه هذا المدخل في بحث موضوع تأثير اجهزة الاعلام للاهتمام بحركة الرسالة بين المرسل والمتلقي ، واستجابة المتلقي لهذه الرسالة باعتبارها أحد المثيرات ، كما يركز أيضا على الجهود التي يبذلها المرسل لتتبع محتوى الرسالة ومصيرها لدى المتلقي وتعد دراسات « شانون وويفر ، ولاسويل ، ولازرزفيلد » السابق عرضها في موضع سابق من هذا العمل

(*) لا ينبغي أن تفهم التقليدية هنا باكثر من انه الشيء المألوف أو المعروف والذي اعتاد عليه غالبية الباحثين في دراستهم لهذا الموضوع .

خير مثال على هذا المنحى(*) فقد اهتم « شانون وويفر » بدراسة عملية التأثير بالتركيز على ثلاثة جوانب اساسية : الجانب الاول يتعلق بفهم المشكلات الفنية ، أو بكيفية نقل الرموز والمعانى بطريقة صحيحة وسليمة ، ويهتم الجانب الثانى بأسلوب نقل الرسالة للمعانى والرموز المرغوبة اما الجانب الثالث فيهتم بحجم تأثير الرسالة على سلوك المتلقى فى الاتجاه المطلوب(١) .

كذلك فقد سعى « لاسويل » الى فهم عملية تأثير أجهزة الاعلام من خلال نموذجه **من ، يقول ماذا ، وباى وسيلة ولمن وباى تأثير** ، وهو النموذج الذى انطلقت منه غالبية بحوث الاتصال الجماهيرى ، فقد نظر «لاسويل» الى الاتصال على أنه عملية خطية Liner يتم خلالها نقل رسائل من المرسل الى المتلقى وفهم التأثير Effects على أنه التغيير الذى يمكن ملاحظته وقياسه لدى المتلقى وتسببه العناصر المتداخلة فى العملية . فأى تغيير فى صياغة الرسالة ، أو الوسيلة مثلا يمكن أن يحدث تغييرا لدى المتلقى(٢) .

وقد جرى تطوير مثل هذه التصورات على يد « كاتز ولازرزفيلد » فى نموذجهما انتقال المعلومات على مرحلتين ، فبينما كانت رسائل أجهزة الاعلام وفقا لأفكار شانون وويفر ولاسويل وغيرهم تصل الى الافراد وتحدث تأثيرها بصورة مباشرة ، نجد أن كاتز ولازرزفيلد قد أشارا الى انتقال هذه الرسائل من اجهزة الاعلام الى قادة الرأى فى المجتمع ، ثم من خلال هؤلاء الى الجماهير التابعة وذلك من خلال عمليات الاتصال الشخصى(٣) :

وهكذا لفت (كاتز ولازرزفيلد) الانتباه الى أن افراد الجمهور ليسوا منعزلين اجتماعيا ، وأن استجابة ورد فعل الجمهور تجاه رسائل أجهزة الاعلام سوف لا تكون مباشرة وفورية ، ولكن تتوسط وتتأثر بطبيعة العلاقات الاجتماعية السائدة بين الأفراد ، كما أن الأفراد ليسوا متساوين تماما أمام الحملات الاعلامية . ولكن يقومون بأدوار مختلفة فى عملية الاتصال .

(*) راجع الفصل الثانى من هذا العمل .

(١) انظر فى ذلك :

Fiske, J., introduction to Communication studies, London, Netuen, 1982, P. 7.

(٢) Ibid P. 32.

(٣) Katz and Lazarsfeld, Personal influence, Glencoe Free Press, 1955.P. 21.

وباختصار ، فقد لفت « كاتز ولازرزفيلد » انتباه الباحثين الى أن هذه الأجهزة لا تعمل فى فراغ اجتماعى (Social Vacuum) ، ولكنها تعمل داخل شبكة معقدة جدا من العلاقات الاجتماعية ، وأن هذه العلاقات تحدد مصير الرسائل الاعلامية ومدى تأثيرها .

ومع كثرة النماذج التى ظهرت بعد ذلك ، وابرزت دور العوامل الاجتماعية والنفسية ، والثقافية فى تسهيل أو اعاقة تأثير رسائل أجهزة الاعلام على الأفراد(١) . الا أن غالبية هذه النماذج ظلت تفهم التأثيرات على انها تلك التأثيرات السريعة والمؤقتة (قصيرة الأجل) التى يقصدها المصدر ، وتتصل بالتغييرات فى المعارف والاتجاهات والسلوك لدى الافراد . كما انها لا تتم نسبيا من خلال وسائط بمعنى انها مباشرة . وبصورة عامة ، تلك التأثيرات المرتبطة بفكرة الحملة Campaign . وهى الجهد الواعى والمقصود لاستخدام أجهزة الاعلام لأغراض اعلامية ودعائية لتحقيق اهداف محددة .

وقد قام « ديفلير » (Defleur) عام ١٩٦٦ بادخال تطوير جديد على هذه الأفكار بحديثة على نظرية المعايير الثقافية (Cultural norms theory) لتأثير أجهزة الاعلام(٢) . ووفقا لهذه النظرية فان أجهزة الاعلام لا تؤثر فقط وبصورة مباشرة على الأفراد ، ولكن تؤثر أيضا على الثقافة وحجم المعرفة والمعايير وقيم المجتمع . انها تقدم مجموعة التصورات والأفكار والأحكام التى من خلالها يستخرج الافراد تصرفاتهم وعلى سبيل المثال ، ففى مجال السلوك الجنسى ، فان أجهزة الاعلام تقدم بصورة تراكمية وغير مقصودة — عادة — رؤية لما هو طبيعى وما يحظى أو لا يحظى بالقبول العام هذه الرؤية قد يدمجها الأفراد فيما بعد داخل تصوراتهم الخاصة لما هو طبيعى أو صحيح فى هذا النوع من السلوك .

وانطلاقا من ذلك ، أخذ الاهتمام يتزايد بالتساؤلات المرتبطة بطريقة استقبال الرسائل الاعلامية ، أكثر من التساؤلات المرتبطة بالقائم بالاتصال الذى لديه اهتمام بتحقيق أو تلافى نتائج معينة . كذلك تزايد الاهتمام بالتأثيرات طويلة الأمد (Longterm) وغير المقصودة (Unplanned) وغير

---

(١) راجع على سبيل المثال نماذج : شرام ، ورلاى ورلاى ، ومالتزكى وروجرز وشوميكر فى :

McQuail, D., Windahl, S., Communication Models, Op. Cit., PP. 31 — 53.

(٢) أنظر فى ذلك

Defleur, M., Theories of Mass Communication, New York, David McKay, 1975, P. 10.

المباشرة (indirect) والجمعية (Collective) اكثر منها فردية من حيث نطاقها ، كما توجه هذا الاهتمام لدراسة تأثير مجموعة من الرسائل أو النسق الكامل للرسائل التى لها سمات متشابهة ، بدلا من الاهتمام بالرسائل المنفصلة كالاهتمام بموضوعات التعليم غير الرسمى ، ونقل وتدعيم القيم الاجتماعية الاساسية ، ونقل اجهزة الاعلام للايديولوجية السائدة ، وتهيئة المناخ لتكوين الآراء ، وتوزيع المعرفة فى المجتمع ... الخ .

وفى سياق هذه الاهتمامات الجديدة ، ظهرت بعض الافكار حول تأثير اجهزة الاعلام ، ارى من المفيد مناقشتها هنا ، فقد ظهر افتراض « وضع البرنامج (Agenda-Setting Hypothesis) وخلاصة هذا الافتراض : ان أجهزة الاعلام عن طريق تركيزها على بعض الموضوعات والقضايا واهمال البعض الآخر ، سوف تمارس تأثيرا على الراى العام . فالموضوعات التى تحظى باهتمام اجهزة الاعلام تصبح مألوفة بصورة أكبر ، ويدرك الناس اهميتها خلال فترة من الزمن ، وان الموضوعات التى تحصل على اهتمام اقل سوف تنخفض اهميتها بصورة مماثلة . ومن الممكن اختبار مثل هذه الافتراضات عمليا عن طريق مقارنة نتائج التحليلات الكمية لمضمون أجهزة الاعلام ، مع التغيرات فى الرأى العام التى يتم رصدها بواسطة المسوح على فترتين أو اكثر من الزمن(١) .

ويعد الباحثان الأمريكيان « ماكمبس ودونلدشو (Mccombs & D. Show) افضل من كتب فى افتراض « وضع البرنامج » فقد أوضحا(٢) :

« ان الجمهور لا يعرف فقط عن القضايا العامة والموضوعات الاخرى من خلال اجهزة الاعلام ، وانما يعرف ايضا الاهمية الحقيقية لكل قضية وموضوع من خلال حجم تركيز اجهزة الاعلام على كل منهما ، على سبيل المثال فى التعبير عما يقوله المرشحون خلال الحملة الانتخابية ، فان أجهزة الاعلام تحدد بوضوح الموضوعات المهمة . بمعنى آخر ، فان هذه الأجهزة ، تضع جدول اعمال أو برنامج الحملة (agenda) ، وهذه القدرة على التأثير

---

(١) لمزيد من التفاصيل حول افتراض وضع البرنامج لأجهزة الاعلام انظر :

McCombs M., & Show, D., **The agenda Setting function of Mass Madia,** Public opinion Quarterly, 1972, 36 ; PP. 87 — 1716.

(٢)

McCombs M., and Show, D., **Structuring the unseen environment,** Journal of communication, spring, 1976, PP. 18 — 22.

فى تغيير المعارف بين الافراد ، تعد واحدة من اكثر الجوانب اهمية فى قوة اجهزة الاعلام » .

وقد اخذ « ماكمبس وشو » من قضية « ووترجيت » الامريكية الشهيرة منطلقا لتوضيح وشرح افتراض «وضع البرنامج». ففى الواقع لم يكن هناك شىء جديد فى الكشف عن الفساد السياسى فى المجتمع الامريكى ، ولكن التناول المكثف للصحف ، ونقل جلسات الاستماع التى دارت حول الموضوع فى مجلس الشيوخ عبر شاشات التليفزيون ، جعل من هذه القضية موضوع العام (topic of the year).

وتثير مثل هذه الافتراضات — على وجاهتها — بعض الشكوك والصعوبات . فعلى الرغم من ان اصحاب هذه النظرية . قد نشروا بعض النتائج المؤيدة لآرائهم ، الا أن بعض الباحثين ، قد حذروا من القبول الأعمى لهذه الافكار ، على انه دليل على التأثير الواسع والتام لأجهزة الاعلام(١) فهناك غموض حول فكرة الاهتمام التى يمكن أن تعزى الى اجهزة الاعلام ، فهل الاهتمام ينبع من قبل القائمين على هذه الاجهزة على اختلاف مواقفهم ام تلبية لاحتياجات الجمهور ، أم عن طريق الصفوة واصحاب النفوذ ، فى المجتمع الذين يعملون كمصدر لأجهزة الاعلام ، ويمارسون تأثيرا عليها . كذلك يمكن القول ، انه مهما كانت درجة تركيز اجهزة الاعلام على موضوعات معينة ، فان الأمر سوف يتوقف فى النهاية على مدى اهمية هذه الموضوعات وقربها وجديتها وقدرتها على اثارة الخلاف والجدل بين قطاعات الجمهور المختلفة . وفضلا عن ذلك ، فهناك انواع عديدة من الموضوعات التى تثيرها اجهزة الاعلام ، يحاول بعضها التأثير على الافراد ، ويحاول البعض الآخر التأثير على الصفوة .. واخيرا ، ليس واضحا ما اذا كان يمكن للباحث أن يكشف عن التأثيرات المباشرة لأجهزة الاعلام من خلال التصرفات الشخصية لأعضاء الجمهور او توقع ان يعمل افتراض وضع البرنامج من خلال تأثير تفاعل العلاقات الشخصية ، ويؤدى ذلك عمليا الى اختلافات كثيرة فى البحث وفى المدى الذى يمكن ان نعتمد على تحليل المضمون لتقديم دليل فى حد ذاته ، لتأثيرات محتملة وفقا لافتراض « وضع البرنامج » ، ويزداد الأمر صعوبة عند اختبار هذا الافتراض فى المجتمعات التى تتشابه فيها مضامين اجهزة الاعلام المختلفة ، حيث لا تتوافر فى هذه المضامين خاصية الاختلاف التى تتيح امكانية القياس والمقارنة التى يقوم عليها هذا اللون من البحوث .

---

(١) Mc cleod and other, **Another Look at the agenda satting function of the Press**, Communication research, 1974, 1, 2, PP. 66-131.

على ان ابرز الافكار التى ظهرت فى مجال بحث التأثيرات طويلة الامد ، هى فكرة « فجوة المعلومات (information gap) التى تحدثها اجهزة الاعلام فى المجتمع ، فقد اشـــار العـــديد من البـــاحثين مؤخرا الى ان التدفق المتزايد للمعلومات ، غالبا ما يكون له تأثير سلبى ، نتيجة لتزايد المعرفة داخل جماعة او فئـــة معينة الى حد يفوق ما يحدث لدى جماعة اخرى . وان فجوة المعلومات سوف تحدث وتتزايد بين جماعة اجتماعية واخرى فى المعرفة بموضوع معين ، باستمرار تدفق المعلومات حول هـــذا الموضوع من جانب اجهزة الاعلام(١) .

ويقوم هـــذا الافتراض على تصـــور مـــؤداه : ان الافراد فى النســـق الاجتمـــاعى غير متساوين أمام المعلومات التى تبثها اجهزة الاعلام ، فالافراد الأكثر تعليمـــا ، وترتفع مستوياتهم الاقتصـــادية والاجتماعية ، سوف يكونون بلا شـــك ، قادرين على تشرب واستيعاب المعلومات بطريقة أفضل من الأفراد الأقل تعليمـــا ، وتنخفض مستوياتهم الاقتصادية والاجتماعية ، وبالتالى ، فان تزايد تدفق المعلومات ، يؤدى الى توســـيع هذه المعرفة بدلا من تضييقها .

وقد أوضح « روجرز » (Rogers) ان آثار تدفق المعلومات لا تتحدد فقط فى ازدياد فجوة المعرفة بين الجمـــاعات الاجتمـــاعية المختلفة ، ولكن ايضـــا فى الفجوات المتعلقة بالاتجاهات والسلوك . وعلى ذلك ، فقد قام « روجرز » بتغيير المفهوم الى فجوة تأثيرات الاتصال (The Communication effects gap) بدلا من فجوة المعرفة ، ومع ذلك ، فقـــد نبه « روجرز » الى انه لا الاتصـــال الجماهيرى ، ولا المستويات المختلفة للتعليم هى السبب الوحيد لفجوة تأثيرات الاتصال ، ولكن تساهم عوامل اخرى عديدة فى خلق مثل تلك الفجوات(٢) .

وليس المهم هنا مناقشة مثل هذه العوامل(٣) . ولكن المهم مناقشـــة

---

(١) انظر فى ذلك :

Donohue, G. A., Tichenoer, P.J., and olien, G., N., Mass Media and Knowledge gap, Communication Research, 1975, 2, PP. 3-22.

(٢) انظر فى ذلك :

Rogers, E., M., Communication and development : the Passing of the dominant parading, Communication research, 1976, 3, PP. 40 — 213.

(٣) للوقوف على تفاصـــيل هذه العوامل انظر :

فرج الكامل ، **تأثير وسائل الاتصـــال** ، القـــاهرة ، دار الفكر العربى ، ١٩٨٨ ، ص ١٦٢ وما بعدها .

ما يثيره الافتراض اساسا من مفاهيم بالغة الاهمية فى دراسة تأثير اجهزة الاعلام ولعل ابرز هذه المفاهيم واكثرها اهمية هو مفهوم امكانية الاتصال (Communication Potential) التى يتمتع اولا يتمتع بها مختلف اعضاء الجمهور . فهناك بعض الافراد تتوافر لديهم امكانية الاتصال بمعنى القدرة على اعطاء واخذ المعلومات (to give and take information) وبالتالى تتزايد قدرتهم فى عملية الاتصال ، وايضا على تأثرهم بمضامين اجهزة الاعلام . وقد اشار « ماكويل ووندل » الى أن امكانية الاتصال تعتمد على ثلاث سمات رئيسية هى(١) :

١ — سمات شخصية ،فالانسان له قدرات فطرية خاصة مثل الابصار والقدرات المكتسبة مثل التحدث بلغات مختلفة ، واستخدام الآلات الحديثة ... الخ .

٢ — سمات تعتمد على المركز الاجتماعى للفرد الذى يتحدد عن طريق عدد من المتغيرات مثل الدخل ، التعليم ، العمر ، النوع .

٣ — سمات البناء الاجتماعى ، الذى يوجد فيه الفرد ، وتأثير الجماعة الأولية للفرد مثل الأسرة ، جماعة العمل ، جماعة الاصدقاء والنادى والدراسة والحزب ... الخ .

وبالاضافة الى مفهوم امكانية الاتصال ، يثير افتراض فجوة المعلومات او المعرفة تساؤلات ايضا حول حجم هذه الفجوة التى يمكن أن تحدثها اجهزة الاعلام فى المجتمع . وكذلك حول مصير وجودها فى المجتمع . فمن الواضح أن اجهزة الاعلام تثير العديد من الموضوعات . وبالتالى هناك احتمال ان يوجد اكثر من فجوة . وان هذه الفجوات قد تبدو غير متجانسة أو متشابهة حيث ان فجوة المعلومات المتعلقة بالموضوعات السياسية مثلا اوسع من تلك المتعلقة بتزايد تكلفة المواد الغذائية خلال السنوات الاخيرة . كما أن الفجوات المختلفة قد توجد لدى الأفراد بطرق مختلفة أيضا .

ووفقا لافتراض فجوة المعلومات ، فان الفجوات تميل فى البداية للزيادة والاتساع بمرور الوقت ، ولكن بعد فترة معينة ، هناك احتمال لغلق هذه الفجوة ، حيث تتمكن الفئة الاقل تميزا من اللحاق بالفئة الاخرى ، وتتساوى معها فى المعرفة بالموضوع ، ويطلق الباحثون على هذه الحالة الأخيرة « منتهى التأثير » (Ceiling effect) (٢) . فالأفراد المتميزون والذين تتوافر لديهم قدرات

---

(١) انظر فى ذلك : McQuail, D., and Windahl, S., Communication Models, Op. Cit., P. 70.

(٢) انظر فى ذلك : Donohue and other, Mass Media and Knowledge gap, op. Cit., P. 15.

اتصـــالية عالية ، يصلون بعد فترة الى حد التشبع ، ولا يصـــبح لديهم دافع للبحث عن المزيد من المعلومات حول الموضوع ، فى حين يستمر تدفق المعلومات وانتقاله باشـــكال مختلفة الى الفئات الاقل تميزا أو تنخفض قدراتهم الاتصالية حتى تصـــبح فى النهـــاية على دراية كاملة بالموضوع مثل الجماعة الاخرى .

على أن بعض الباحثين يتحدثون عن احتمـــال فشل غلق عـــدد من هذه الفجوات ، خصوصا حول الموضوعات التى تواصل أجهزة الاعلام الاهتمام بها ، أو تلك الموضوعات التى لا تستمر هـــذه الاجهزة طويلا فى مناقشتها . وهو الامر الذى ينعكس فى اســـتمرار بقـــاء الفجوات بين الفئـــات الاعلى والاقل تعلمـــا حول هـــذه الموضوعات . كذلك فان شـــكل الرســـائل الاعلاميـــة ومستواها اللغوى ، وتوقيت اذاعتها ، ومكان نشرها ودرجة ابرازها تعد عوامل مهمة فى استمرار بقـــاء أو عدم بقـــاء فجوات المعلومات(١) .

وأيا كان الامر ، فقد توصل « دونيو » وزملاؤه الى بعض الافتراضات التى أراها معقولة الى حد كبير فى هذا المجال وهى(٢) :

١ — كلمـــا أدت قضية الى اثارة الاهتمام العـــام بالنسبة للمجتمع ككل فان هنـــاك احتمـــال تزايد المعرفة حول هـــذه القضـــية حتى تصـــبح أكثر انتشـــارا بين الافراد بصـــورة متســـاوية .

٢ — هـــذا التســـاوى من المحتمل أن يحدث بصـــورة أكبر عنـــدما تظهر القضـــية فى مناخ الصراع الاجتماعى .

٣ — هذا التســـاوى فى المعرفة من المحتمل أكثر أن يحدث فى الجمـــاعة الصغيرة المتجانسة عن الجمـــاعة الكبيرة غير المتجانسة أو المتعددة (Pluralistic group).

ومع وجاهة هذه الافتراضات ، كمدخل لدراسة وفهم تأثير أجهزة الاعلام، وما تمثله من رد على سطحية وسذاجة وجهة النظر التى تبالغ فى مقدرة أجهزة الاعلام على التغلغل والانتشـــارداخل قطاعات الجمهور المختلفة ، أو خلـــق جمهور على دراية كاملة وبصـــورة مشـــابهة بالموضوعات المختلفة التى تثيرها هذه الاجهزة وتوجيهها الانتباه الى أهمية التمييز بين قطاعات الجمهور ، وفقـــا لمبدأ امكانية الاتصال ، عند بحث موضوع التأثير . الا أن الافتراض نفســـه يشوبه بعض أوجه الضعف ، منها : عدم التمييز بين أجهزة الاعلام المختلفـــة

---

(١) فرج الكامل ، تأثير وسائل الاتصال ، مرجع ســـابق ، ص ١٦١ .

(٢) انظر فى ذلك :

Donohue and other, Mass Media and Knowledge gap, Op. Cit., P. 20.

فيما يتعلق بالقدرة على خلق أو غلق الفجوات المختلفة . فهناك احتمالات مثلا حول تمتع التليفزيون بقدرة اكبر على غلق الفجوات مما لدى الصحف والمطبوعات ، فعدد القنوات ، والمضمون المقدم بالتليفزيون اكثر تحديدا وتجانسا ، بينما فى حالة الصحف ، فان كل صحيفة تتوجه الى جماهير مختلفة بمضمون اكثر تباينا وتشعبا .

كذلك ، فان الافتراض يقصر الاهتمام على كمية المعلومات ومدى المام الافراد بها ، مع تجاهل طبيعة هذه المعلومات ، ومدى فهم الافراد لمضمونها الفعلى . وفضلا عن ذلك ،فان العلم بالموضوعات المختلفة سوف يختلف وفقا لعوامل عديدة يتجاهلها الافتراض ، منها مدى سهولة أو تعقيد الموضوع ، والفائدة المنتظرة من ورائه (الفائدة الخاصة) وسهولة الاتصال بين الافراد (الاتصال الشخصى) وظروف التغير التى يشهدها المجتمع .

والخلاصة التى يخرج بها الباحث من عرضه للمدخل التقليدى فى بحوث التأثير ، ان هذا المدخل على ما يتضمنه من افكار هامة ومفيدة ، وما طرأ عليه من تطورات وتوجهات جديدة ، ليس كافيا بمفرده لبحث وتفسير تأثير اجهزة الاعلام . حيث يحصر اهتمامه فى حركة الرسالة الاعلامية ، واساليب انتقالها واستقبال المتلقى لها . ويهمل الطرف المقابل فى العملية وهو الجمهور — على اهميته — ومدى حاجة هذا الجمهور لهذه الرسائل ، ومدى ملاءمتها بخصائصه واهتماماته ورغباته ، وهو ما يتجه اليه المدخل الوظيفى فى بحوث التأثير الذى نعرض له حاليا .

(ب) المدخل الوظيفى :

ينطلق هذا المدخل من افتراض مؤداه : ان تصرفات الافراد فى المناحى المختلفة ، محكومة بما يتولد لديهم من احتياجات خاصة ، وبسعيهم الدائم لاشباع تلك الاحتياجات . وبالتالى ، يمكن مناقشة قضية التأثير من منطلق حاجة الافراد المفترضة من اجهزة الاعلام والاشباع المفترض الذى يمكن أن يحصلوا عليه من هذه الاجهزة(١) .

وقد اتجه الباحثون الى التركيز على اعضاء الجمهور كعنصر متغير فى عملية الاتصال لدراسة وتفسير عملية التأثير ، كرد فعل لفشل الكثير من

---

(١) Rosengren, K., E., and Windahl. S., **Mass Media Consumption as a functional Alternative**, in McQual, D., (ed.,) Sociology of Mass Communication, Benguin Books, England, 1979, P. 172.

البحوث فى ايجاد دلائل محددة حول تأثير اجهزة الاعـــلام ، فقد دعا « كاتز » (Katz) الى الحاجة الى تقليل الاهتمـــام بالتســـاؤل الخـــاص بماذا تفعل اجهزة الاعلام بالافراد ، والاهتمام بدلا من ذلك بمـــا يفعله الافراد مع هـــذه الاجهزة ، حيث تفترض وجهة النظر هذه ، انه حتى مضمون اجهزة الاعلام الذى يتميز بكفـــاءة عاليـــة ، لا يمكن ان يؤثر تلقائيا على الافراد الذين لا يملكون أن يســـتفيدوا منـــه فى اطار السـياق الاجتمـــاعى والنفسى الذى يعيشـــون فيـــه(١) .

فالمدخل الوظيفى ، أو ما يطلق عليه البعض مدخل الاستخدام والاشباع (use and gratification approach) ، يقدم أسلوبا جديدا للنظر فى العلاقـــة بين مضمون أجهزة الاعلام والجمهور ، حيث يفترض ، أن قيم الناس واهتماماتهم ومصالحهم وأدوارهم الاجتماعية ، هى الاقـــوى تأثيرا على سلوك الافراد ، وان النـــاس بصورة انتقائية يكيفون ما يشاهدونه أو يسمعونه أو يقراونه على ضوء هذه الاهتمـــامات ولقد أوضح « دفســـون » (Davison) أن العديد من نتـــائج البحوث قد أظهرت انه يمكن فهم الاتصال بصورة افضل ، لو تم تفسيره على أســـاس أنه رباط بين الفرد وبيئته . وافترض أن تأثير الاتصال يمكن أن يفهم على أســـاس الدور الذى يلعبه فى تمكين النـــاس من تحقيـــق علاقات اشباع افضل بين انفسهم والعالم من حولهم(٢) . وتكمن قوة هـــذا المدخل فى انه يوجه الانتباه الى اهميـــة التعرف على هدف الفرد من التعرض لاجهزة الاعلام ، كمـــا انه يقترح ادخال عنصر جديد متغير ، لم يكن يؤخذ من قبـــل فى بحوث تأثير أجهزة الاعلام .

وتنقســـم بحوث التأثير التى تنطلق من هذا المدخل — كمـــا هو الحال فى المدخل التقليدى — الى بحوث قديمـــة وحديثة . فقد قام « فايلز وآخرون » (Waples and other) عام ١٩٤٠ باجراء دراسة عن القراءة كعملية اجتماعية، وقد أثارت هذه الدراســـة ســـؤالين : الاول يدور حول : من هو القارىء ، وماذا يفعل ، وماذا يريد؟ . والسؤال الثانى ، ماذا وكيف يضيف المطبـــوع لرغبـــات القـــارىء . وقد انتهت الدراســـة الى ان دوافع القراءة تتضـــمن

---

(١) كتب كاتز هذا الرأى فى مقالة بعنوان بحوث الاتصـــال الجمـــاهيرى ودراســـة الثقافة ، واشـــار ماكويل الى هذه المقالة بالتفصيل فى كتابة :

Mc Quail, D., Towards a Sociology of Mass Communication, Op. Cit., P. 109.

(٢) انظر فى ذلك :

Davison, W., P., On the Effect of Communication, Public opinion Quarterly, 1959, Vol. 24, PP. 60 — 343.

البحث عن المكانة والاسترخاء ، والرغبة فى الاندماج مع الجماعة والبحث عن الأمن والطمأنينة ، والاستمتاع بالمهارات الفنية . وان الحالة النفسية للقراء تمثل الحد الادنى المفهوم ، وربما الاكثر اهمية فى التأثير الاجتماعى للقراءة .

مثل هذه النتيجة اكدها « فيرنج » (Fearing) عام ١٩٤٧ فى دراسته عن الفيلم السينمائى ، فقد أوضح أن الفيلم السينمائى ، ليس اطارا ثابتا من المعانى والافكار التى تستقبل عن طريق عقل سلبى ، وانما ما يكونه الفرد يتحدد عن طريق خلفيته واحتياجاته . وانه يأخذ من الصورة ما هو مفيد له ، والذى من خلاله ينبغى أن يفهم تأثير السينما على الجماهير .

كما سعى « هيرزج »(Herzog) عام ١٩٤٤ ، الى الوقوف على تصورات النساء للتمثيليات المقدمة فى الراديو ، حيث لاحظت الدراسة أن النساء أبدين مجموعة من الرغبات التى تختلف عن ظروف حياتهم الخاصة ومشاكلهم . وقد أوضح « هيرزج » أن تعرض أفراد العينة لهذه التمثيليات قد ادى الى اثارة الحافز والانطلاق العاطفى لديهم ، ومحاولة ايجاد بديل يعوضهم عما يلاقونه فى حياتهم من صعوبات ، وذلك عن طريق القاء المسئولية على شخصيات القصة . وقد لوحظ فى هذه الدراسة ، أن المسلسلات قدمت الشخصية فى صورة مثالية ، واسلوب حياة متميز ، كما أنها احتوت على بعض الصيغ بغية التكيف مع المشاكل الحقيقية للمستمعين .

كذلك يمكن أن تعتبر دراسة « بيرلسون » عام ١٩٤٩ ، التى سعى من خلالها الى الوقوف على شعور الأفراد لافتقاد الصحيفة اليومية خلال فترة اضراب احدى صحف مدينة نيويورك ، نموذجا آخر من البحوث التى اتخذت من المدخل الوظيفى منطلقا لها(١) .

وخلال حقبتى الستينيات والسبعينيات ، ظهرت العديد من البحوث والدراسات فى اطار مدخل « الاستخدام والاشباع » سوف نشير الى بعضها وشيكا ، ولكن المهم هنا أن نؤكد على ان الافكار الاساسية التى انطلقت منها هذه الدراسات قد حظيت بقبول متزايد بين الباحثين . وقد لخص «كاتز» وزملاؤه هذه الافكار فيما يلى(٢) :

---

(١) اعتمدنا فى رصد هذه الأبحاث ، ولمزيد من التفاصيل حولها انظر :
McQuail., D., Towards A Sociology of Mass Communication, Op. Cit., PP. 71 — 65.

(٢) انظر فى ذلك :
Katz. E., Blumler, J., and Gurevitch, M., Utilization of Mass Communication, Beverly Hills, Sage Publication, 1974, P. 5.

« هنـــاك أسباب اجتمـــاعية ونفسية للحاجات المختلفة للافراد الذين تولد لديهم بالتالى توقعات من أجهزة الاعلام أو المصـــادر الاخرى ، وهو الامر الذى يؤدى الى انمـــاط مختلفـــة من التعرض لاجهزة الاعـــلام ، التى تؤدى بدورها الى اشباع هذه الحاجات والى نتائج أخرى غير مقصودة » .

وبالاضـــافة الى العنـــاصر الاســـاسية التى ضـــمنها« كاتز وزملاؤه » فان بحث الاستخدام والاشباع ، قد يتضمن أيضا الدوافع لاشباع الاحتياجات والبدائل الوظيفيـــة للوفاء بهذه الاحتيـــاجات . فالتعرض لمضـــمون معين من مضامين أجهزة الاعلام ، قد يكون بديلا وظيفيا — على سبيل المثال — لأشكال أخرى من النشاط الثقافى . وببساطة تبدو العملية كمـــا يلى(١) :

فرد معين له حاجة اســـاسية مثل الحاجة الى التفاعل الاجتماعى مثلا ، من خلال الخبرة يتوقع هـــذا الفرد أن التعرض لمضـــمون أجهزة الاعـــلام أو استخدامه سوف يلبى له بعض جوانب هذه الحاجة ، وهذا يدفعه الى مشاهدة برامج معينة . أو قراءة أنواع خاصة من مضمون الصحف والمجلات ... الخ . وعندما يتحقق له الاشباع ، يمكن القول بأن استخدام الفرد لأجهزة الاعـــلام يعمل كبديل وظيفى للتفاعل الحقيقى .

وقد قدمت هذه الافكـــار ، اطار عمل للعديد من الدراسات الحديثـــة . فقد استخدم « كاتز وجرفيتش » هذه الأفكـــار عـــام (١٩٧٧) كمدخل لوصف التشـــــابه والاختـــلاف بين مختلف أجهزة الاعـــلام فيمـــا يتعلق بالوظائف والخصـــائص الاخرى التى تؤديها كل منهـــا .

كمـــا اعتمد « روسينجرن » (Rosengren) على هذا المدخل فى دراسته حول استخدام الافراد لمضـــمون أجهزة الاعلام ، وذلك للتمييز بين نوعين من مضمون أجهزة الاعلام : المضمون غير الاعـــــلامى (Non informative) والمضمون الاعلامى (informative) . وقد أوضـــح « روســـينجرن »(٢) أن المضمون الاول ، يقدم للأفراد مكافأة فورية ، أما المضمون الثانى ، فانه يقدم مكافأة مؤجلة ، أى انها قد تعود بالفائدة على الفرد فى وقت لاحق ، وبصـــفة عامة ، فان الأفلام والقصص البوليســـية ، والموسيقى الشـــعبية ، واخبـــار الحوادث والجرائم والغرائب تنتمى الى المضمون غير الاعلامى أى المضـــامين التى يغلب عليهـــا الطابع الخيـــالى ، بينما الأخبار والوثائق ، والمقـــابلات

---

(١) McQuail, D., and Windhal, S., Communication Models, Op. Cit., P. 76.

(٢) Basengren, K., E., and Windahl, S., Mass Media Consumption as a functional Alternative, Op. Cit., P. 177.

والبرامج حول الشئون العامة تعد مضـــامين واقعية ، اى مضامين اعلاميـــة بمعنى أنها تقترب من الواقع ووفقا لآراء « روسينجرن » فان المضمون غـــير الاعلامى يعد مكملا او بديلا وظيفيا (Suplement or substitute functional) يشـــبع للافراد الحـــاجة الى التعويض او الهروب او الى الخبرات البديلة . اما المضمون الاعلامى ، فانه يستخدم كبديل وظيفى يلبى للافراد الحاجة الى المعلومات والمعرفة .

وقد توصلت دراسة « هازرد » (Hazard) الى أن القلق العـــالى يقود الى الاقبال على مشـــاهدة برامج التليفزيون الخيالية ، وبالذات بالنسبة للافراد ذوى المستوى الاجتمـــاعى والثقافى المنخفض . كمـــا اوضح « براون » (Brown) فى دراسته عام ١٩٧٦ عن استخدام الطفل للتليفزيون ، اهميـــة تلك الوسيلة من حيث وظائفها المتعددة او اعطـــاؤها اشـــباعا متنوعا لمعظم الاطفـــال ، مثل اتاحتها الفرصـــة لمعرفة كيف يعيش الآخرين ، وتقديمها شيئا للحديث عنه مع الأصدقاء(١) .

واذا كانت مثل هذه الدراسات ، تعد حـــالات منفردة ، ومتعلقة بانواع خاصـــة من مواد اجهزة الاعلام ، واجريت على مجتمعات معينـــة ، ومن ثم يصعب الاعتماد عليها فى تقديم حكم عام لقدرة اجهزة الاعلام على التـــأثير الاجتماعى ، الا ان هذه الدراسات ، قد افادت فى التوصـــل الى اتفاق بين الباحثين على تصنيف رغبات الجمهور من اجهزة الاعلام ، حيث لوحظ فى عدد غير قليـــل من هذه الدراسات ان هذه الرغبات تتحدد فى(٢) .

١ — الحصول على المعلومات والاخبار عن البيئة المحلية والمجتمع الاكبر

٢ — المســـاعدة فى التخلص من القلق والوحـــدة والتوتر والمتـــاعب الشخصية . ويتم ذلك عادة من خلال الانخراط فى عالم خيـــالى وعن طريق ميكانزمات التوحد مع البطل او البطلة فى القصة او المسلسل .

٣ — الحصول على التأييد والامان وتاكيد الذات ، وتســـهيل التفاعل الاجتماعى وخلق موضوعات للمناقشة ... الخ .

٤ — الاحاطة بالطقوس المصاحبة لنشاطات الحياة اليومية التى تميز العصر ، وخلق الجو النفسى المســـاعد على التوحد مع البيئة .

كما افادت الدراسات التى اجريت فى اطار هذا المدخل ايضا فى اظهار

---

(١) McQuail, D., and Windahl, S., Communication of Models Op. Cit., P. 78.

(٢) McQuail, D., Towards A Sociology of Mass Communication, Op. Cit., PP. 74 — 75.

أن الناس هى التى تفرض الاحتياجات امام اجهزة الاعلام ، وانهم موجهون فى مشاهداتهم ، واستماعهم ، وقراءاتهم بواسطة مجموعة من التوقعات التى تسعى لاشباع الرغبات ، وان هذه الاحتياجات والرغبات ، تنبع من طبيعة الشخصية ، ومن الظروف الاجتماعية . فضلا عن توجيه الاهتمام لأخذ رغبات الجمهور واحتياجاتهم فى الحسبان ، فى اى دراسة تستهدف بحث موضوع التأثير .

وبخلاف ما تقدم ، فان هذا المدخل يعانى من اوجه نقد وقصور عديدةيمكن بلورتها فيما يلى :

١ — قد لا يتمكن الفرد فى جميع الاحوال من اشباع حاجته بطرق بديلة كما يفترض هذا المدخل ، فقد تقف عقبات اجتماعية او مادية او حتى جسمانية امام تلبية هذه الحاجات ، فالحاجة الى القراءة مثلا ، قد يحد منها عدم قدرة الفرد على شراء الجريدة ، أو عدم المعرفة بمهارة القراءة ، او لافتقاده حاسة الابصار . ومن ثم تظل هذه الحاجة حبيسة لدى الفرد لا يستطيع اشباعها .

٢ — ليس من الضرورى أن يرتبط تعرض الافراد لمضامين اجهزة الاعلام نتيجة حاجات ذاتية يراد اشباعها . فقد تخلق اجهزة الاعلام نفسها الحاجات لدى الافراد . فالفرد لديه حاجة للاطلاع على الصحيفة لمجرد انها عادة تفرضها مقتضيات وضروريات الحياة العصرية . كما أن هذه الاجهزة قد تخلق أحيانا وبتوجيهات معينة اهتمامات ومصالح ومطامح زائفة لدى الافراد لخدمة اغراض خاصة .

٣ — ينظر هذا المدخل الى الحاجات على نفس المستوى ، فكل مضمون فى اجهزة الاتصال ، يلبى حاجة او اشباعا لدى الفرد ، دون الاخذ فى الاعتبار قوة او شدة هذه الحاجات وترتيب اولويتها . فهناك حاجات ملحة واخرى اقل الحاحا فى حياة الفرد ، ومن ثم فقد يكون هناك احتياجات ملحة لدى الفرد فى فترة معينة ولا يلبيها المضمون المثار فى اجهزة الاعلام اثناء تلك الفترة .

٤ — لا يميز هذا المدخل بين مضامين اجهزة الاعلام المختلفة ، وما اذا كان الفرد ، وهو بصدد اشباع حاجاته يعتمد عليها جميعا . ام يكتفى بوسيلة أو اداة واحدة ، وما اذا كان يوجد تنافس أو تكامل بين اجهزة الاعلام فى هذا المجال ؟

٥ — يفترض هذا المدخل ، ان اجهزة الاعلام لها مضامين مختلفة تلبى احتياجات مختلفة . فى حين أن هذه الاجهزة فى بعض المجتمعات ، وبالذات المجتمعات ذات الانظمة الشمولية والديكتاتورية التى تمارس توجيها صارما

على اجهزة الاعلام ، لا يوجد اختلافات اساسية بين مضامينها وهى عادة ما تشبع احتياجات فئات محددة .

٦ — لا يعنى مفهوم استخدام اجهزة الاعلام — كبديل وظيفى وفقا لهذا المدخل — الحكم بقوة هذه الاجهزة والتسليم بفاعليتها وتأثيرها على الجمهور ، فمشاهدة التليفزيون او قراءة الصحيفة لتلبية احتياجات معينة لدى الفرد . قد لا يعنى تأثر الفرد بما قراه او شاهده . اذ قد تكون القراءة بهدف اضفاء المكانة على الفرد مثلا ، أو الهروب من مشكلات الواقع دون أن يتأثر الفرد بمضمونها . كذلك فقد يكون فتح الراديو فى المنزل للتسلية دون انصات تام من جانب الفرد لحقيقة ما يذاع او يقال .

ثالثا : المحددات الفاعلة فى تأثير اجهزة الاتصال :

يكشف العرض السابق للتصورات النظرية فى بحوث التأثير الاعلامى ان هذه التصورات يصعب الاعتماد عليها كمنطق لدراسة تأثيرات اجهزة الاتصال فى المجتمع . فمع ما تتضمنه من افكار مهمة الا انها تظل قاصرة عن تحقيق فهم افضل لقضية بالغة التعقيد والتشابك كقضية تأثير اجهزة الاتصال يتساوى فى ذلك التصورات التى تنطلق من المدخل التقليدى او تلك التى تنطلق من المدخل الوظيفى . ويصبح التحدى الحقيقى الذى يواجه الباحث فى هذا المجال ، هو محاولة البحث عن صيغة تجمع بين جوانب القوة فى هذه التصورات ، وتستبعد اوجه الضعف فى كل منها عند دراسة تأثير اجهزة الاتصال . ولدينا فان هذه الصيغة يمكن ان تتبلور فى المحاور التالية :

١ — ضرورة الوقوف على وضعية اجهزة الاعلام فى المجتمع وعلاقتها بالبناء السياسى والاجتماعى مع الاخذ فى الاعتبار علاقة هذه الاجهزة بالمؤسسات الدولية .

٢ — الاهتمام بدراسة القائمين بالاتصال فى المؤسسات الاعلامية والوقوف على خلفيتهم الاجتماعية والثقافية واساليب تنشئتهم وتدريبهم الاعلامى ، وبيان مدى فهمهم لدورهم وعلاقتهم بالمؤسسة التى يعملون بها وتحديد تصورهم للجمهور الذى يتوجهون اليه وللقضية موضع التحليل .

٣ — الاهتمام بتحليل المضمون الاعلامى ذاته وتحديد سماته وخصائصه والوقوف على توجهاته العامة والرؤى التى يسعى الى طرحها واثارتها وحجم الاهتمام بالقضية او الموضوع محل الدراسة ، مع الاخذ فى الاعتبار مدى الانسجام او التنافر بين المضامين الاعلامية المثارة عبر الوسيلة نفسها او بين الوسائل الاعلامية المتنافسة المحلية منها والاجنبية .

٤ — فهم مختلف فئات الجمهور المتلقى ، والتعرف على سماتهم

وخصائصهم الاجتماعية والثقافية وكذا رؤيتهم لأجهزة الاعلام ، وسلوك تعاملهم معها ، والموضوعات التى تحظى باهتمامهم وأشكال الاشباع التى تحققها لهم .

٥ — مدى الانسجام أو التنافر بين قنوات الاتصال الجماهيرى وقنوات الاتصال الشخصى حول القضية موضع التحليل .

٦ — تحديد وحدة التحليل المعنية بالتأثير ، الفرد ، الاسرة ، المجتمع ، المحلى ، المجتمع القومى .

وعلى ضوء هذه المحاور الستة السابقة يمكن فهم أشكال ومستويات التأثيرات التى تحدثها عمليات أجهزة الاعلام فى المجتمع . بيد أن الكشف عن مثل هذه التأثيرات لا يتسنى فى لحظة آنية، ولكن هى تأثيرات ذات طبيعة تراكمية يستلزم التعرف على أبعادها دراسة تتبعية ومقارنة وتتطلب فى الوقت ذاته تكامل منهجى يستطيع أن يتناول الابعاد المختلفة لهذه التأثيرات .

الفصل الخامس

الاتصال والثقافة (أبعاد العلاقة)

الفصـــل الخامس

الاتصـــال والثقافة (أبعاد العلاقة)

دارت المناقشة فى الفصول السابقة حول الاتصـــال ، وتناولنـــا جوانب عديدة : مفهوم الاتصـــال ، وانواعه ، ونماذجه ، وتقنياته ، ووظائف الاتصال فى المجتمعات النامية ، والمحددات الفاعلة فى تأثير الاتصال فى هذه المجتمعات . وفى هذا الفصل نركز المناقشة على الطرف المقابل لموضوع العمل الراهن وهو الثقافة ، محاولين بداية التعرف على ماهية الثقافة وابعـــادها ، ثم طبيعـــة العلاقة بين الثقافة والاتصـــال ، ودور الاخير فى مجـــال الترويج الثقـــافى ، ونركز تحديدا فى هـــذا المجال على قضـــية البث المبـــاشر وتأثير الثقـــافات الوافدة عبر تقنيات الاتصال الحديثة على الثقافة المحلية ، باختصـــار يتنـــاول الفصل مناقشة العناصر التالية :

١ — مفهوم الثقافة .

٢ — العلاقة بين الاتصـــال والثقافة .

٣ — الاتصـــال والانتشار الثقافى (البث المباشر) .

١ — مفهوم الثقـــافة :

على الرغم من شـــيوع استخدام كلمة ثقـــافة فى الاحاديث العـــامة والكتابات المتخصصة ، الا انهـــا لا تزال تختلط فى اذهان الكثير بسبب تعـــدد معانى استخدامات هذه الكلمة ، دون اتفـــاق واضح على مدلولاتها . ويوجد للثقـــافة معنيـــان : **الأول** : لغوى ، وهذا لا خلاف عليه ، فالثقافة فى اللغـــة العربية ، مجاز مأخوذ من تثقيف الرمح اى تسويته ، كمـــا يورد مختار الصحاح معنى الثقافة ، فيقال ثقف الكلام ثقافة اى حذقه وفهمه وبسرعة(١) **اما الثانى** : فهو اصطلاحى وهو موضع خلاف بين الباحثين ، حيث تنصرف كلمة ثقـــافة الى معـــان كثيرة وتتفاوت من جهـــة التطبيـــق ســـعة وضيقا ، فقد يتســـع المعنى ليشـــمل اسلوب حيـــاة النـــاس وما تقوم عليـــه من نظم وعلاقات بين الأفراد فى تعاملهم مع بعضهم البعض ، بل وايضـــا ردود فعل الانسان على كل المثيرات التى تحيط به فى العـــالم المحيط به ، وقد يضـــيق معنى الثقافة

---

(١) مختـــار الصحاح ، مكتبة مصطفى البابى الحلبى ، القاهرة ، ١٩٥٠ مـــادة ثقف ، ص ٩٤ .

ليقصر نفســـه على مجالات الفنون والآداب وبعض جوانب العلم بالنسبة الى الصـــفوة وحدها(١) .

وقد لاحظ «كروبر وكلاكهون» فى مراجعتهما لمفهوم الثقافة فى كتـــابات الباحثين أن هنـــاك أكثر من مائة تعريف قدمت لمصطلح الثقـــافة(٢) من جانب علمـــاء الانثروبولوجيـــا والاجتمـــاع وعلم النفس والاقتصـــاد والســـياسة والجغرافيـــا والاتصـــال . ومن الطبيعى أن يركز كل عالم يمثـــل تخصـــص معين على محكات معينة وان يعطى ثقلا لظواهر من الثقافة دون أخرى بحسب ما ينصرف اليه اهتمامه النابع من تخصصه .

هذا التعدد والتباين الذى لاحظه « كروبر » وزميله فى دراســـتهما لمعنى الثقافة انعكس أيضـــا فى نتائج الاستبيان الذى اجراه احد الباحثين المصريين لاستطلاع مفهوم محدد لماهية الثقافة ، فقد اظهر الاستطلاع ، عـــدم وجـــود تعريف متفق عليـــه بين من اجابوا على الاستبيان فمنهم من عرف الثقـــافة بأنها موقف عقلانى واعى وفاهم عن العـــالم المـــادى وغير المـــادى ، وآخر عرفها بأنها أسلوب حياة يســـعى دائمـــا نحو التطور والتقدم ، وعرفها آخرون بأنها مجموعة الانجازات التى حققها مجتمع من المجتمعـــات فى حقبـــة تاريخية معينـــة . وفريق يرى انهـــا كل ما يعزز قدرات الانســـان وما يضيف اليـــه من معلومات وتجـــارب بحيث يصـــبح أكثر قدرة على مواجهـــة مشـــكلات الحيـــاة(٣) .

وأيا كان الأمر حول تعـــدد وغموض مفهوم الثقافة واختلاف البـــاحثين فى التوصل الى اتفاق محـــدد حول هـــذا المفهوم ، فان استعراض عـــدد من المحاولات التى قدمها بعض الباحثين الثقاة لمعنى الثقافة من شأنه هنا تسليط الضـــوء على هذا المفهوم ومساعدتنا فى بلورة رؤية واضحة حوله تحقق أهداف العمل الراهن ، لقد ظهر مفهوم الثقافة اســـاسا فى الأعمـــال الانثروبولوجية المبكرة وبصـــفة خاصة لدى (تايلور) أحد أقطاب علم الانثروبولوجيا ورواده الأوائل ، فقـــد عرف «تايلور» الثقافة فى كتابه « الثقافة البدائية » بأنهـــا :

---

(١) المجـــالس القومية المتخصصـــة ، تقرير المجلس القومى للثقـــافة والفنـــون والآداب والاعلام ، حول الملامح العامة لاستراتيجية الثقافة ، الدورة الثالثة ، يونيو ١٩٨٣ ، ص ٢٦ .

(٢) نقلا عن محمد الجوهرى ، الانثروبولوجيا ، ط ١ ، القـــاهرة ، دار المعـــارف ١٩٨٠ ، ص ٦٣ .

(٣) حســـن الكاشف ، تعريف الثقافة ، دراســـة ميدانيـــة ، الحلقة الدراســـية الثالثة لبحوث الاعلام فى مصر ، المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية ، مـــايو ١٩٨٣ ص ٩ .

« الكل المركب الذ ى يشمل المعارف والمعتقدات والفن والقانون والاخلاق والتقاليد والعادات وجميع القدرات الاخرى التى يستطيع الإنسان إن يكتسبها بوصفه عضوا فى مجتمع »(١) . وأوضح «بدنى » أن الثقافة ، « هى مجموعة الانماط السلوكية والفكرية التى يكتسبها الافراد من خلال المجتمع والتى يؤمن بها ويقرها افراد المجتمع ويكافحون من اجل اطاعتها »(٢) .

واقترح « كوبر » تعريفا للثقافة ، حاول فيه أن يجمع معظم العناصر التى حظيت بموافقة علماء الاجتماع ، فأوضح أن الثقافة تتألف من انماط مستترة او ظاهرة للسلوك المكتسب او المنقول عن طريق الرموز ، فضلا عن الانجازات المتميزة للجماعات الإنسانية ، ويتضمن ذلك الاشياء المصنوعة ويتكون جوهر الثقافة من افكار تقليدية وكافة القيم المتصلة بها اما الانساق الثقافية فتعتبر نتاج السلوك من ناحية وتمثل الشروط الضرورية له من ناحية أخرى(٣) .

ويذكر « صلاح قنصوه » أن الثقافة هى الوجه الانسانى من العالم الطبيعى ، او ما خلقه الانسان وما يزال يخلقه ، وهى عتاده واسلوبه فى غزو الطبيعة او فى استجابته لها . فاذا كان العالم الطبيعي يزورنا بالمواد الأولية ، فان الثقافة هى التى تحدد اسلوب استثمار تلك المواد لخدمة مطالبنا ، وباختصار انها اسلوب الحياة الذى ينطوى على معتقدات وعادات ومهارات ويتضمن البواعث والاهداف التى تحث الفرد والجماعة على المشاركة فى انشاء النظم والمؤسسات المادية والروحية . كما تحمل فى باطنها المبادىء أو القيم والمقاييس التى تفرز بموجبها تلك الاساليب والنظم الثقافية نفسها ويحكم عليها وتصاغ الثقافة من مجموع جوانب فاعلية الانسان على نحو ما يفصح عنها فى دينه وفلسفته وفنه وعلمه ومن قبل ذلك فى لغته واساطيره وسحره وكما تتجسد فى نظمه وتقنياته(٤) .

ويشبه « حامد عمار » وظيفة الثقافة فى الحياة الاجتماعية للافراد بوظيفة البوصلة فى عبور البحار أو اجتياز القفار باعتبارها اداة هامة لما يأخذ المرء أو يدع من اتجاهات ومسالك . وتتجلى الثقافة بصورة واضحة فيما يصنعه الانسان أو ينتجه من أشياء ومواد وسلع ، وفيما يعتاده

---

(١) الطاهر لبيب ، سوسيولوجيا الثقافة ، الدراسات الخاصة ، معهد البحوث والدراسات العربية ، القاهرة ، ١٩٧٨ ص ١٢ .
(٢) نقلا عن حسن الكاشف ، مرجع سابق ص ٤ .
(٣) قاموس علم الاجتماع ، ص ١١٠ .
(٤) صلاح قنصوه ، مواجهة منهجية لقضية التراث ، الحلقة الدراسية لبحوث الاعلام فى مصر ، مرجع سابق ص ٣ .

من سلوك مع نفســه وعائلته ومحيطه وفيمــا يرغب فيــه ويحبــه ويؤثره ، وفيما ينأى عنه ويبغضه من دوافع وما يحبطه من مواقف ، وفيما يعتبره جميلا أو قبيحا وباختصــار تتجسد الثقافة فى واقع الحياة من خلال تعــامل الافراد والجمــاعات مع الطبيعة ومع بقيــة البشر . وبالتــالى فهى ليست أفكــارا أو قيما مثالية وانمــا تنعكس فى الواقع المعاش الذى يصنعه الانسان(١) .

ويميز « فؤاد زكريا » فى تحديده لمعنى الثقافة بين ثلاثة معانى رئيســية للمصطلح(٢) :

المعنى الأول : وهو كل ما يضيفه الانسان الى ما يتلقــاه من الطبيعــة أو ما يجده فيهــا — فالانسان كنوع بخلاف الحيوان يقــوم بعمليــات تحوير واعادة تشــكيل للطبيعة ، وهــذه العمليــات يمكن أن تتخذ طابعا ماديا ، كما هو الحال فى الادوات المــادية التى يستخدمها فى الزراعة أو الصــيد مثلا ، أو طابعــا معنويا ، كالقواعد التى ينظم بها مجتمعه ويتعامل بها مع الآخرين .

المعنى الثانى : فيكتفى بالجــانب المعنوى فقط ، وفيه تعنى الثقــافة العــادات والقيم التى يتميز بها مجتمع عن آخر وأسلوب الحياة وطرق التفكير التى تســود حضــارة معينــة دون غيرها .

المعنى الثالث : وهو أضيق مما سبق وفيه تشــير الثقــافة الى النواتج الرفيعــة التى لا يبدعها ولا يتذوقها الا فئــة محددة من الناس داخل المجتمع الواحد كالشعر والموســيقى والفن التشــكيلى والكتابات الثقــافية بمختلف أنواعها . وهــذا هو المعنى المستخدم عنــدما نتحدث عن انســان مثقف أو عن وزارة للثقافة تقوم برعاية النواتج الرفيعة ولا شــأن لها طبعا بالثقــافة بالمعنى الأول أو الثانى .

ومع صعوبة تبنى الدراسة الراهنــة بحكم طبيعتهــا الاعلامية للمعنى الأول — الواسع للثقافة ، الذى يشــير الى جوانبها المادية وغير المــادية ، أو المعنى الثالث الضــيق ، الذى يقصر معنى الثقافة على النواتج الرفيعة ، فان الدراســة الراهنة تأخذ بالمعنى الثانى للثقافة والذى يركز على الجوانب المعنوية ، ووفقا لذلك يقتصر فهمنا للثقافة هنــا على أســاس أنها تعنى :

---

(١) حامد عمار ، بعض محاور الثقافة القومية ، منتدى الفكرى العربى ، عمــان ، مارس ١٩٨٦ ص ١٢١ .

(٢) فؤاد زكريا وشاكر مصطفى ، الثقافة العربية والاعتماد على الذات ، المعهد العربى للتخطيط ، الكويت ، ١٩٨٨ ص ١٦ .

« اساليب الحيـــاة الشائعة لدى جمـــاعة او مجتمع معين والتى تظهر فى اقوال النـــاس وتصرفاتهم او عاداتهم وتقاليدهم خلال حياتهم الجمعية » .

ويفيد هنـــا أن نسلط الضـــوء على بعض جوانب الثقافة بهـــذا الفهم لما لذلك من علاقة بموضوع اهتمامنا :

١ — ان الثقافة ليست درجة من العلم يحققه الفرد أو درجة من التقدم يحققها المجتمع ، ولكنهـــا فى حقيقتها هى الانســـان بكل مقوماته ومزاجه وميوله ورغبـــاته وعاداته ، وتقاليده .

٢ — تعمل الثقافة على تنظيم الحياة الاجتمـــاعية بشـــكل يوفر لأفراد المجتمع ما أمكن من احتياجاتهم المعيشـــية وطرق الحصول عليها ، فهى بمثابة الموجه لسلوك الافراد والمحدد لردود أفعـــالهم فى المواقف المختلفـــة فى فترة زمنيـــة .

٣ — لكل كيـــان اجتماعى هوية او ذاتية ثقافية ، تشير الى أســـاليب الحياة المعاصرة السائدة فى هذا الكيـــان والتى تميزه عن أســـاليب الحيـــاة السائدة فى الكيانات الأخرى(١) .

٤ — الثقافة عملية تراكمية تاريخية . فالثقافة المصرية الراهنة مثلا ، هى نتـــاج لكل المؤثرات والتجارب التى مر بها الشعب المصرى عبر القرون المختلفة ومن أبرز مؤثرات هذه الثقافة ، المصـــدر المصرى القديم ، والمصـــدر اليونانى والرومانى ، والمصدر المسيحى ، والمصـــدر الاســـلامى ، والمصـــدر المملوكى والعثمـــانى مرورا بحمـــلة نابليون ، وأسرة محمد على والاحتـــلال الانجليزى ، واخيرا المصـــدر العالمى المعاصر وخاصة المصدر الغربى(٢) .

٥ — لا تتحدد التمايزات بين الثقافات المختلفة فى العنـــاصر والمكونات المؤلفـــة لكل ثقافة وانمـــا تتحدد فى العلاقات التى تقوم بين تلك العنـــاصر ففى كل الثقافات توجد العناصر أو المكونات ذاتها ، الدين ، الزواج ، الحب ، عادات الطعام ، اللبس ، التعاون ، التفكـــير .... الخ .. ولكن مع اختـــلاف المحتوى والوزن النسبى ، وطبيعـــة العـــلاقة بسائر العنـــاصر ، ذلك أن العنصر أو المكون الثقـــافى لا يعمل بمفرده ككيـــان مســـتقل ، وانمـــا يعمل بواســـطة بشر يفهمونه ويفسرونه ويستخدمونه فى اتجـــاه دون آخر ، فيأخذ التفكير مثلا فى مجتمع طابعا عقلانيـــا وفى مجتمع آخر طابعا غيبيا وهكذا .

---

(١) عبد الهادى الجوهرى ، اصول علم الاجتماع ، القـــاهرة ، مكتبـــة نهضة الشرق ، ١٩٨٤ ص ٢٤٩ .

(٢) ســـيد عويس ، حول موضوع الذاتية الثقافية ، الحلقة الدراســـية الثالثة لبحوث الاعلام فى مصر ، مـــايو ، ١٩٨٣ ، ص ٢ .

٦ — أن الثقافة باعتبارها نظم حيـــاة ورؤى وعادات وتقـــاليد وقيـــم جمـــاعة من النـــاس يمكن اكتسابهاوتطبيع الافراد الجدد عليها وهنـــا تلعب مؤسســـات التنشئة الاجتمـــاعية كالأسرة ، والمؤسسات التعليمية والدينية ، والاتصـــال دورا مهمـــا فى هذا المجال .

٧ — تخضع الثقافة لعمليـــات التطوير والتغيير بفعل متغيرات داخلية أو ما يحيط بهـــا من متغيرات خارجية(١) . وهذا لا يمنع أن تكون بعض مكوناتها من الثوابت نسبيا وبعضها من المتحولات المتلاحقة فى سرعتها النسبية . على أن عملية تغير المكون الثقافى لا يعنى القضاء نهائيا عليـــه واحلال مكون آخر عوضـــا عنه ، ولكن تعنى تبدل فى موقع المكون وزيادة أو تنـــاقص أهميتـــه والوزن النسبى له بالمقارنة بالمكونات الأخرى وفقـــا لطبيعة الظروف الداخلية والخارجية التى تحيط بالجماعة فى فترة زمنية معينة .

٨ — تنتقل الثقافة من مجتمـــع الى آخر ومن جمـــاعة الى أخرى من خلال عمليـــات الاتصـــال والاحتكاك . وخلال عمليـــة النقـــل يحدث تنـــافر أو صراع بين السـمة الثقـــافية الوافدة والاخرى المحلية ، ووفقـــا لطبيعـــة وشروط الاحتكـــاك ، ونوعيـــة الســـمة الوافدة ، ومدى قوة أو ضعف البنيان الثقافى المحلى ، تتحدد نتيجة الصراع ، أما بالقبول والاندماج فى النسيج الثقافى المحلى أو بالرفض وعدم القبول .

٩ — توجد دوائر مختلفة للثقافة ، فهنـــاك الثقافة الرئيسية يتبعهـــا كل أفراد المجتمع ويعاقب كل من يخالفهـــا ، وهنـــاك الثقـــافة الفرعية التى تقتصر على نطاق جغرافى أو بشرى أو سلالى معين ، وهناك الثقافة الرسمية التى تتبناها الصـــفوة الحاكمة أو المثقفة وتعبر عن مصـــالحهم وطموحاتهم ، والثقافة الشـــعبية التى قد تعبر عن خط مضـــاد تماما للثقـــافة الرســـمية لتعكس آمال وأحلام الجمـــاهير المقهورة فى الغالب .

٢ — العلاقة بين الاتصـــال والثقافة :

تتداخل العلاقة بين الاتصـــال والثقافة وتتشابك الى الحد الذى جعـــل بعض الباحثين ينظر الى الاتصـــال والثقافة باعتبارهما وجهان لعملة واحدة . فقد أوضح « ادوارد هول » E. Hall فى كتـــابه عن اللغـــة الصامتة « أن الثقافة اتصـــال على اعتبار أن العادات والتقاليد والتراث والخبرات والقيم والمعـــارف المختلفة كلها تنتقل بين الاشخاص والجماعات والاجيـــال . وهذا

---

(١) على عبد الرازق الحلبى ، المجتمع والثقافة والشخصية ، دار المعرفة الجامعيـــة ، الاسكندرية ، ١٩٨٨ ، ص ٧٥ .

الانتقـــال او النقل والتوصيل هـــو ما يعطيهـــا صـــفة الاستمرارية والبقـــاء فى الوجود(١) .

كذلك تعتبر طرق الاتصـــال ذاتها جزء من الثقافة الســـائدة ، فاللغـــة والحركات والاشـــارات والايماءات ... الخ . وهى عناصر ثقافية ، أدوات فى الوقت ذاته لنقل الثقافة وتوصـــيلها ، وقد أوضح « مارشـــال ملكلوهن » صاحب العبارة الشـــهيرة « الوسيلة هى الرسالة » أن أدوات الاتصال جميعا تعتبر امتدادا لحواس الانســـان لها دورها فى تغيير هذا الانسان والتأثير على اسلوب حيـــاته أى ثقافتـــه(٢) .

كمـــا يلتقى الاتصـــال والثقافة فى أوجه كثيرة فمن ناحية ، نجد ان كل العمليات الثقافية لا تخلو من تفـــاعلات اتصـــالية ، وكل العمليات الاتصـــالية لا تخلو من تفاعلات ثقافية(٣) ، وفى ذلك تشـــكل الثقـــافة معظم المضـــامين التى تحملها العمليـــات الاتصـــالية ، كمـــا يساهم الاتصال فى نشر المعارف ودفع عجلة الأنشـــطة الثقافية وفى انتفـــاع الأفراد بصـــفة عامة بالنتـــاج الثقافى والمشاركة فى الحياة الثقافية(٤) .

ومع هذا التداخل بين الاتصـــال والثقافة ، الا ان الاتصـــال بأنمـــاطه المختلفة لا يمكن أن يعكس الثقافة او يكون بديلا عنها ، ذلك ان الثقافة اشمل وأعم من الاتصـــال ، فهى تعكس الوجه الحضـــارى للمجتمع ولها مجـــالاتها المتعددة ، انها كمـــا أشرنا من قبل أسلوب حياة الأفراد فى مجتمع معين فى حين ان الاتصـــال وبالذات فى المجتمع النامى ، يعكس وجهة نظر معينة وهى ليست بالتأكيد كل مشتملات الثقافة الموجودة فى هذا المجتمع .

وقد افضى تطور اســـاليب الاتصال ، وما احدثته التكنولوجيا الجديدة الى المزيد من التباعد بين الاتصـــال والثقافة بمفهومها الاشمل . فقد وجهت اتهامات عـــديدة الى اجهزة الاتصـــال الحديثة باعتبارها اجهزة ساعدت على نشر وترويج الثقافة الرخيصـــة بدلا من الثقافة الجادة التى تعبر عن صميم حياة النـــاس فى المجتمع ، فهذه الأجهزة تقدم مواد اتصـــالية على درجة عالية

---

(١) نقـــلا عن ، أحمد ابو زيد ، الاتصـــال ، عالم الفكر ، العدد الثانى ، سبتمبر ١٩٨٠ ، ص ٣٢٦ .

(٢) وليـــام ريفرز وآخرون ، وسائل الاعلام فى المجتمع الحديث ، ترجمة ابراهيم امام ، دار الفكر العربى ، ١٩٧١ ، ص ٤٩ .

(٣) المجالس القومية المتخصصة ، تقرير المجلس القومى للثقافة والفنون والآداب والاعلام ، الدورة الســـادسة ، يونيو ١٩٨٥ ص ٩٥ .

(٤) ســـعد لبيب ، الأمن الثقافى فى مجال العمل الاذاعى ، مجلة الدراسات الاعلامية ، أكتوبر / نوفمبر ١٩٨٧ ، ص ١٠ .

من التفاهة والضحالة والسطحية تعتمد فى الأساس على الاثارة والتشويق بدلا من العمق الأمر الذى أصاب الحياة الثقافية فى المجتمع الحديث بالعقم والانحطاط الثقافى(١) . وهو المعنى الذى اشار اليه « طه حسين » حينما سئل عن اثر أجهزة الاتصال الحديثة وبالذات الراديو والتليفزيون على الثقافة فكان رده أن أثرها كان سلبيا لأن البعد الذى اضافاه الى ثقافة الانسان كان سطحيا ولم يكن عميقا ، صحيح أن هذه الوسائل لا تخلو من جرعات ثقافية ولكنها ليست بالقدر الكافى من غذاء الفكر الذى يحتاجه عقل الانسان لبنائه الثقافى(٢) .

كما افضت هذه الأجهزة ، بسبب تباين قدرات الأفراد على التعامل معها الى اتساع نطاق الهوة الثقافية فى المجتمع بين من يستطع التعامل مع هذه الأجهزة ، ويعتمد عليها فى غذائه الثقافى وبين من لا يستطيع التعامل معها لقصور امكانياته الشخصية أو الاقتصادية والاجتماعية والتعليمية ، وهى الهوة التى تساهم فى احداث التفكك الثقافى بدلا من الاندماج والتكامل

وأيا كان الأمر ، فان فهما افضل للعلاقة بين الاتصال والثقافة لن يتحقق بعيدا عن فهم الظروف المحيطة بعمليات الاتصال وبناء القوة السائد فى المجتمع ، ذلك لأن عمليات الاتصال ، كما اشرنا سلفا تخضع للضبط والاحتكار والسيطرة والتوجيه من جانب جماعة الضغط وأصحاب النفوذ والمصالح فى المجتمع ، الأمر الذى يملى على قنوات الاتصال الاقتصار على التعبير عن هذه المصالح والاهتمامات دون غيرها مما يجعل الثقافة التى تحملها تمثل ثقافة نخبة معينة وليست ثقافة المجتمع ككل . وهذا يقود إلى اهمية استخدام منهج التحليل الطبقى للاتصال ، وهو المنهج الذى يعتمد على المقولات الرئيسية التى تركز على آليات انتاج الاتصال للكشف عن الايديولوجيا التى تحاول الجماعات الاجتماعية المسيطرة سواء على مستوى المجتمع المحلى او القومى ان تطرحها من خلال وسائلها المتعددة فى تشكيل رؤى وقيم بعينها(٣) .

ان الاتصال وكذلك الثقافة نتاج لواقع موضوعى ، وافراز للاوضاع الاقتصادية والاجتماعية والسياسية السائدة فى المجتمع ومن ثم يتأثر كلاهما بهذه الاوضاع ، فالثقافة فى مجتمع ما تتأثر بالاوضاع السياسية والاقتصادية التى تسود هذا المجتمع فى حقبة معينة ، فتعلو بعض

---

(١) احمد ابو زيد ، الاتصال ، مرجع سابق ص ٣٣١ .

(٢) نقلا عن ابراهيم السمان ، مقابل غير متوازن ، مجلة العربى ، مايو ، ١٩٨١ ، ص ٦١ .

(٣) نادية سالم ، الهوة بين وسائل الاتصال والهوية الثقافية الشعبية الحلقة الدراسية الثالثة لبحوث الاعلام ، مرجع سابق ص ٢ .

عناصرها على البعض الآخر او تتغير اهداف بعض العناصر لتتلاءم مع الاوضاع الجديدة . ففى حقبة السبعينيات على سبيل المثال ، شهد المجتمع المصرى تغيرا فى التوجهات السياسية والاقتصادية ، وهى التوجهات التى اتجهت نحو تشجيع العلاقات الاقتصادية الليبرالية والاخذ بالاسلوب الراسمالى فى الادارة والحكم(١) . وقد واكب ذلك على الفور تغيرات فى البناء الثقافى حيث سادت ، نتيجة لهذا التحول ، على قمة البناء الثقافى القيم المادية والاستهلاكية وتغيرت مستويات التقييم الشعبى ومعايير الحكم على الاشياء واخذت قيمة التعاون مثلا كعنصر ثقافى ، فى ظل هذا التحول اهدافا مغايرة للاهداف التى كانت تسعى لها هذه القيمة فى فترة سابقة فالتعاون اصبح مع الظروف الجديدة ، ليس من اجل المجموع او عمل الخير ، ولكن من اجل النفع الفردى وتحقيق النجاح بالطرق المشروعة وغير المشروعة .

ولعب الاتصال الذى كان اكثر تاثرا بهذه التحولات دورا تدعيميا ومساندا لهذه التغييرات فاصبحت الاشتراكية ، والقومية العربية التى كانت تروج لها قنوات الاتصال فى حقبة الستينيات . سببا للمعاناة اليومية للجماهير ، والسد العالى رمز التحدى والصمود والارادة ، مسئولا عن تدهور الارض الزراعية ، ومجانية التعليم مسئولة عن تدهور التعليم والولايات المتحدة التى كانت تقدم الى الجماهير باعتبارها العدو اللدود ، اصبحت فى هذه الفترة الصديق الصدوق ، والانفتاح الاقتصادى ، اصبح ضرورى ، لأن الانغلاق سبب لنا الكوارث ، والمشروعات الحرة ينبغى تدعيمها لأن القطاع العام اثبت عدم جدارته . وعكست المضامين الاعلامية وبالذات تلك التى تحملها قنوات الاتصال الجماهيرى القيم الفردية والمادية والاستهلاكية على النحو الذى كشفت عنه دراسات تحليل المضمون لهذه القنوات(٢) .

وهكذا يصعب فهم العمليات الاتصالية والثقافية فى المجتمع بعيدا عن فهم الايديولوجيا السائدة ، ذلك أن الممارسة فى النهايةسوف تكشف عن

---

(١) للوقوف على عرض مفصل للاوضاع السياسية والاقتصادية لهذه الفترة انظر : : عادل حسين ، الاقتصاد المصرى من الاستقلال الى التبعية ، ج ١ ، ج ٢ ، ط ٤ ، القاهرة ، دار المستقبل العربى ، ١٩٨٢ .

(٢) انظر على سبيل المثال الدراسات التالية :

— نادية سالم ، اثر اعلانات الصحافة والتليفزيون على تغيير الذوق المصرى بعد سياسة الانفتاح الاقتصادى ، المؤتمر الدولى التاسع للاحصاء والحسابات العلمية والبحوث الاجتماعية والسكانية ، المركز القومى للبحوث ، ابريل ، ١٩٨٤ .

— عبد الفتاح عبد النبى ،دور الصحافة فى تغيير القيم الاجتماعية ، رسالة دكتوراه ، كلية الاعلام ،جامعة القاهرة ، ١٩٨٧ .

محاولات لتكريس مفاهيم هذه الايديولوجيا وتطويع العناصر الثقافية السائدة لصالح الايديولوجيا المسيطرة وان طبيعة العلاقة بين الاتصال والثقافة سيتحدد على ضوء العلاقة التى تربط الفكر بالسلطة والجماعة الحاكمة ، والسيطرة الكاملة التى تمارسها السلطة على اوجه النشاط الاتصالى والثقافى ومن هذا المنظور نعتقد أن الاتصال يوظف لصالح منح السلطة اقصى درجة من السيطرة والتحكم فى مجالات النشاط الثقافى فى المجتمع .

بيد أن اللافت للنظر فى هذا المجال ، هو أن الجماعات المسيطرة فى المجتمع تتجه لصياغة ايديولوجيتها فى اطار من الثقافة الشعبية السائدة ، بعد محاولة تطويع عناصر هذه الثقافة وتجريدها من سياقها الشعبى واعادة تحقيق الترابط المصطنع معها فى شكل نسق فكرى جديد يعبر عن السلطة الحاكمة ويساعد على ذلك ، عدم تجانس وتناقض العديد من مكونات الثقافة الشعبية بفعل اختلاف المواقف والخبرات وتباين أوضاع المشاركين فيها فتنتقى هذه الجماعات من هذه المكونات الثقافية الجانب الذى يدعم مواقفها ويحقق مصالحها ويبرر شرعية ممارستها وتحاول ترويجها عبر اجهزتها ومؤسساتها المختلفة بما فيها أجهزة الاتصال(١) .

كما أن قنوات الاتصال التى تتولى من جانبها الترويج لأيديولوجية الجماعة المسيطرة تستخدم العناصر الثقافية نفسها ليست فقط بهدف نشر وترويج رؤى ومواقف هذه الجماعة ، كما اشرنا توا ، ولكن ايضا بغية تحقيق اقصى قدر من التأثير والفاعلية لعملياتها ، ففى المجتمع المصرى على سبيل المثال يعتبر الدين هو احد المكونات الرئيسية للثقافة المصرية ، فقد عرف عن المصرى على مر العصور منذ اخناتون اول الموحدين تدينه الشديد وشغفه المستمر بالأمور الدينية وترديده الحكم والمواعظ الدينية(٢) .

وتدرك أجهزة الاتصال اهمية هذا العنصر ودوره فى تحقيق الاقناع والترويج لأفكار ورؤى الجماعات الحاكمة ، ولذلك تحرص هذه الاجهزة كل الحرص على افتتاح وانهاء برامجها بتلاوة آيات من كتاب الله والاهتمام باحياء المناسبات والاعياد الدينية والاكثار من البرامج والصفحات الدينية وخلال هذا الاهتمام يجرى التأكيد على أن الدين يحض على طاعة أولى الامر

---

(١)محمد عبد النبى ، ثقافة الفلاحين وايديولوجية الدولة ، مجلة دراسات اعلامية ، العدد ٤٤ ، يوليو / سبتمبر ، ١٩٨٦ ص ١٢٩ .

(٢) سيد عويس ، حول موضوع الذاتية الثقافية المصرية ، مرجع سابق ص ٥ .

(أى الحكام) والدين يرفض العنف والخروج عن النظام ، والدين يحرم البذخ والاسراف ، والدين لا يعارض تنظيم الاسرة الى غيرها من الافكـــار والمقولات التى تنزع من ســـياقها وتحورها لخدمة مصـــالح معنية .

كذلك ، فان الثقافة الشعبية تعلى من قيمـــة الاصـــل فتميز بين ذوى الاصـــول الوضيعة (الدون) وهم أولئك الذين لا ينتمون الى عائلات تحظى بمكانة أو ســـمعة طيبـــة وبين «أولاد الاصول» من ذوى الحسب والنسب(١). وتسعى قنوات الاتصال المختلفة للأستفادة من هذا العنصر الثقـــافى وتطويعه لصـــالح العملية الاتصـــالية فيحاول الافراد من مختلف الفئات فى تعاملهم مع الآخرين التأكيد على عراقة وسمعة وشرف العائلات التى ينتمون اليها ، كمـــا تحاول اجهزة الاعـــلام الرسمية اتبـــاع النهج ذاته حيث تفرط فى الحديث عن شرف مصر ، وعراقة مصر ، وأمجاد شعب مصر ، وبالطبع يقرن ذلك بشخص الرئيس باعتباره رمزاً لمصر .

كذلك ، تمجد الثقافة الشعبية البطل والبطولات(٢) . (أبو زيد الهلالى، عنتر بن شـــداد ، ادهم الشرقاوى ... الخ) فتتجة اجهزة الاعلام الى اضفاء هالة من التضـــخيم والثالية على تصرفات القـــادة والزعمـــاء ، وتخلع عليهم صفات البطولة والاحترام وتستخدم فى ذلك تعبيرات من قبيل الزعيم الملهم ، وبطل حرب اكتوبر ، وبطل الحرب والســـلام ، صاحب الضربة الاولى الى غيرها من الصـــفات التى لها فعالياتها ووقعها فى اطار الثقـــافة الشـــعبية وهكـــذا .

على أن استخدام قنوات الاتصـــال لعناصر من الثقافة الشعبية لتدعيم عمليـــاتها واضـــفاء الشرعية على ممارسات الجماعات التى تسيطر على هذه القنوات لا يعنى دوما نجـــاح الاتصـــال فى تحقيق اغراضه ، ذلك لأن انتزاع العنصر الثقافى من اطاره الطبيعى وتحويره للتأكيد على معانى معينة والتغاضى عن البعض الآخر ، يؤدى الى تشويه هذا العنصر ، واضـــعاف مقدرته على القيـــام بأداء وظائفه الأصلية التى يؤديها فى نطـــاق الثقافة الشعبية . فالدين الذى يحث على اطاعة أولى الأمر يقرن ذلك بمواصـــفات وشروط يلتزم بهـــا الحكام ، كمـــا أن عراقة الاصل والنسب لهـــا أيضـــا معاييرها فى الثقـــافة الشـــعبية وهى اما تحقيـــق المكانة والملكية والثروة ، أو الشرف والاستقامة وحسن الخلق كذلك فان البطولة والزعامة لها مواصفاتها وانجـــازاتها غـــير

---

(١) محمد عبد النبى ، مرجع ســـابق ص ١٢٧ .

(٢) حامد ربيع ، الثقافة العربية بين الغزو الصهيونى وارادة التكـــامل العربى ، دار الموقف العربى ، القاهرة ، ١٩٨٣ ص ٤٦ .

العادية ، فاذا لم تتحقق هذه المواصفات ، تلاشت فاعلية استخدام العنصر الثقافى ، وهو الأمر الذى يتجاهله القائمون بالاتصال .

٣ — الاتصال والانتشار الثقافى (البث المباشر) :

تؤدى بناء المناقشة السابقة للعلاقة بين الاتصال والثقافة الى تناول وجه آخر لهذه العلاقة ، وهى الحالة التى يقوم خلالها الاتصال بادخال مضامين ثقافية الى بيئة غير بيئتها الاصلية ، وهى العملية التى حظيت باهتمام الباحثين وخبراء التنمية وتزايدت اهميتها فى الوقت الراهن بعد القفزة الهائلة التى تحققت فى مجال الاتصالات وسهولة اتاحة المعلومات على نطاق الكوكب الأرضى كله واستخدام اقمار الاتصالات التى تنقل ثقافات المجتمعات ذات الامكانات الاقتصادية والتكنولوجية الواسعة الى كل ركن من أركان الارض مما يترتب عليه انتشار ما يمكن ان نسميه بالثقافة العالمية على حساب الثقافات المحلية(١) .

وقد حاول « بروكن » وصف العمليات المترتبة على الاحتكاك الثقافى بين الثقافات المختلفة وحدد هذه العمليات فيما يلى(١) .. :

١ — تتجه الأشكال الثقافية المتجانسة الى المرور بسرعة من ثقافة الى اخرى .

٢ — تتجه الاشكال الأبسط والاكثر اهمية الى العبور بسرعة ايضا .

٣ — تواجه العناصر الثقافية غير المتجانسة بين الثقافة المنقولة والمتلقية صعوبة كبيرة فى الاندماج والتداخل .

٤ — تتصارع القيم الاكثر تناقضا فى الثقافتين ، فاذا لم تكن ذات قوة متكافئة يضعف احداها الآخر ، يفعل استمرار الاتصال .

٥ — تندمج القيم وبخاصة المحايدة منها ، ولكن لا يحدث ذلك بنفس السهولة التى تندمج بها القيم المتجانسة .

وبصفة عامة يترتب على نقل العنصر الثقافى الجديد عبر قنوات الاتصال الى البيئة المحلية حدوث حالتين من حالات التكيف وهما حالة

---

(١) فؤاد زكريا وشاكر مصطفى ، الثقافة العربية ، مرجع سابق ص ٢٧ .

(١) انظر فى ذلك :

Sorokin Pitiring, Society, Culture and Personality, Harper & Brother N.Y, 1947, . 758.

القبول أو حالة الرفض(١) . ففى حالة قبـول العنصر الثقافى الجديد تنشـأ مجموعة من العمليـات منها التعديل والتوافق والحذف والتكامل ... الخ . حيث يجرى فى مرحلة التعديل والمواءمة تفسـير السمات الجديدة وتصـورها على أسـاس منطق الثقافة القديمة فعلى ضـوئه تكون العنـاصر الجـديدة واضحة لأعضـاء الجمـاعة المتلقية ، كمـا لهـا أن تتعايش فى توافق مع الثقافة القائمة وأن تجد لها مكانا فيهـا .

ويترتب على توافق أو تلائم العنصرين الثقـافيين الى قيـام ظاهرة جديدة وهى المشـاركة أو التهجين بين الثقافتين يترتب عليها أن تنشـأ منهما ثقافة أخرى هجين تتعادل فيهـا العنـاصر الثقافية المختلفة . وبعـد مرور الوقت تحدث عمليات الحذف والتخلص من العناصر القديمة التى يكون العنصر الجديد قد ورث وظيفتها . ثم تأتى مرحلة التمثل الكامل التى يتم خلالها تذويب احدى الثقافتين واختفائها واحلال الثقافة الغـالبة محلها ، وتقع حالة الرفض بسبب عـدم المقدرة على تكامل العنصر الثقافى الجديد مع العناصر القديمة ، وعدم المقدرة على المغامرة وتقبل العنصر الوافد ، ورسوخ التقـاليد القديمة وشدة مقاومتها للاخذ بالافكار والاتجاهات الجديدة ، ووجود تمايزات وفروق اجتمـاعية ... الخ . وقد تأخذ حالة الرفض شـكل التجاهل من جانب أفراد المجتمع أو الهروب المـادى والاغتراب أو قد تأخذ شـكل ثورة واضحة .

وأيا كانت نتـائج العمليات المترتبة على ادخال العنـاصر الثقافية الى البيئة المحلية ، فان الأمر الاكثر أهمية هنـا هو تلك الأوضاع التى خلقتهـا تكنولوجيـا الاتصـال الحديثـة وبالذات تلك الخاصـة بالبث المبـاشر عبر الأقمـار الصـناعية والتى فى إطارها تتاح الفرصـة واسعة لثقافة بعينها، هى ثقافة تلك المجتمعات التى تملك هذه التكنولوجيا للانتشـار على نطاق لم يكن أحد يحلم به فى أى عصر مضى والتواجد المستمر والمكثف والضـاغط على ثقافات أخرى محلية أصيلة ليست أمامها الا التلقى ، وتتضاءل أمامها فرص الاختيار والانتقـاء التى كانت تميز من قبل عمليـات الاتصـال الثقـافى بين المجتمعـات .

وفى ظل هذه التكنولوجيا الجديدة ، أصبح من الممكن للفرد العادي محدود الدخل خلال السنوات القلائل القادمة أن يمتلك مسـتقبلا صـغيرا للغـاية يمكنه من التقـاط ارسالا تليفزيونيا ملونا صـادرا من مكان يبعد عنـه آلاف

---

(١) جلال مدبولى ، الاجتمـاع الثقافى ، القاهرة ، دار الثقافة للطبـاعة والنشر ، ١٩٧٦ ص ٢٠٤ .

الأميـــال بدون الحاجة الى محطات التغذية المستعملة داخل البلدان المختلفة فى الوقت الراهن .

وقد بدأت اقمـــار البث المباشر منذ عام ١٩٨٩ اول عملها باعتبـــارها اقمارا للاتصـــالات والبث التليفزيونى ، وفى مصر استطاع قطـــاع الهندســـة الاذاعيـــة باتحـــاد الاذاعة والتليفزيون التقـــاط عـــدد من برامج قنـــوات الاقمـــار الاوربية التى تقع مصر فى نطاق اشعاعها ممـــا يشير الى امكانية استقبال بث هذه الاقمـــار وما يستجد مثيلا لها (القمر الاسرائيلى) بواســـطة هوائيـــات طبقية صغيرة رخيصة الثمن نسبيا(١) .

وقد لفتت قضـــية البث المبـــاشر وتأثيراته المرتقبة على المجتمع انتباه الكتاب والمعنيين بشـــئون الاعلام فى مصر منذ مطلع الثمانينيات(٢) واثيرت هذه القضـــية على صفحات الصحف وفى عـــدد من الجلسات والندوات العامة . بيد أن المتتبع لسير المناقشات التى دارت حتى الآن حـــول هـــذه القضـــية وما ظهر من آراء وافكـــار حولها ، يلاحظ تضارب هذه الآراء وتباين منطلقاتها وغلبة الطابع الانفعالى بعامة عليها ، وغيـــاب التحليـــل المتعمـــق والرؤية الشـــمولية التى تضـــع القضـــية فى اطارها الصحيح . فهناك من رحب بمقدم هذا البث ، ووجد فيـــه اثراء للثقافة الانســـانية وفرصة طيبة وميسرة للاطلاع على منجزات العصر ، وهنـــاك من أعرب عن مخاوفه واثار فى ذلك قضـــايا الأمن الثقـــافى ، والغزو الفكرى والذاتية الثقـــافية التى ستتعرض للتهديد . وتناول فريق ثالث القضـــية من منظور سياسى ضـــيق واعرب فى ذلك عن غبطته لما يتيحه البث المبـــاشر من فرصـــة طيبة للتخلص من احتكـــار السلطة للمعلومات ومن الممارسات المملة لاجهزة الاعلام المحلية .

وأيا كانت الطريقة التى عولجت بهـــا قضـــية البث المباشر وتضـــارب الآراء والتصورات المطروحة حولهـــا ، فانه يمكن بلورة ثلاثة اتجاهات اساسية حول هذه القضـــية من المفيـــد مناقشة كل منهـــا قبل ان نعرض لرأينـــا فى هذا الموضـــوع .

الاتجاه الأول : وهو الغالب ، ويتحدث انصـــاره عن مخاطر البث المباشر على الثقافة المحلية وتتحدد الأفكار الرئيسية لدى انصار هذا الاتجاه على النحو التـــالى :

---

(١) المجالس القومية المتخصصة ، تقرير المجلس القومى للثقافة والفنون والآداب والاعلام ، الدورة الثامنة ، يونيو ، ١٩٨٧ ص ١٨٥ .

(٢) راجع على سبيل المثال تقـــارير المجلس القومى للثقافة والفنـــون والآداب ، ابتداء من الدورة الرابعة ١٩٨٢ / ١٩٨٣ وما تلها من دورات .

ان العـــالم الآن يقف على ابواب ثورة اعلاميـــة جديدة والتى بدات طلائعها فى البث التليفزيونى المباشر ، وهو البث الذى يمكن ان يكون فى جانب من جوانبه تطورا خطيرا للبعثات التعليمية والتبشـــرية التى كانت فيما مضى وسيلة الاتصال الفكرى بالشعوب التى كان يراد احتواؤها فكريا ووجدانيا ، ويقوم البث التليفزيونى المبـــاشر بهذه المهمة بطريقة اعم واسرع وابلغ اثرا بلا حاجة الى بعثات ومبعوثين فى هـــذا المجال . ومع هذا البث سوف تكون بلادنا مستهدفة لزحف فكرى جديد من جانب الدول التى تملك الاقمار الصناعية وهو الزحف الذى يستهدف تدمير الذاتية الثقافية للمجتمعات المحلية وفرض هيمنة الثقافة الغربية(١) .

وهكذا يبدو العالم وكأنه مقبل على فصـــل آخر من فصـــول التـــاريخ الاستعمارى ، تحاول فيـــه الدول الكبرى مرة اخرى الســـيطرة على الدول الصغرى غير الصناعية والتى تعانى من مشـــكلات الفقر وندرة الموارد ، فعندما قامت الثورة الصـــناعية فى اوربا لم يكن باستطاعتها أن تستمر سوى بوجود السكك الحديدية والبواخر التى سهلت نقل المواد الخـــام من المستعمرات الى المراكز الصـــناعية والامر يتكرر مرة اخرى فى ظل ثورة الاتصـــال الراهنـــة مع الفـــارق ، فبدلا من المصـــانع ، نجد بنـــوك البيانات واجهزة الكمبيوتر هى اليوم اهم اركان العصر الجديد ، وبدلا من الســـكك الحديدية والبواخر نجد الأقمـــار الصناعية هى وسائل المواصلات الحديثة ووسائل جمع البيانات والمعلومات وتوزيعها ايضـــا وهو ما يعزز علاقات التبعية ويشـــكل صـــفوة ترسل وكثرة تتلقى دولا تزداد غنى وتقدما ، واخرى تزداد فقرا وتخلفا(٢) .

ومع ان البلدان المتخلفة ، كانت وما زالت تخضـــع واقعيـــا لســـيطرة اعلامية من جانب البلدان المتقدمة وان حجم تدفق المواد الاعلاميـــة من جانب هذه البلدان الى الدول المتخلفة وفقـــا لتقارير اليونسكو هو نسبة ١٠٠ الى ١ اى ما يوازى مائة ســـاعة ارسال من الغرب الرأسمالى تقابله ساعة واحدة من العالم النامى اليـــه ، الا أن التطور الجديد فى مجال البث المبـــاشر يحمل معـــه مخاطر اتســـاع نطاق هذه الســـيطرة الفكرية ، وفقدان القـــدرة على مقاومتها أو التحكم المحلى فيمـــا هو وافد ، مثلمـــا كان متاحا أو ممكنا على الأقل من قبل ، اذ سيجد الانســـان العربى نفسه مثلا أمام مضـــامين وافدة

---

(١) مجلس الشـــورى تقرير لجنـــة الخدمات عن موضوع نحو سياسة ثقافية للانســـان المصرى ، دور الانعقاد العادى السادس ، ديســـمبر ١٩٨٥ ص ٢٤ .

(٢) حمدى قنديل ، الأبعـــاد الدولية لاستخدامات الاقمار الصناعية ، منتدى الفكر العربى ، عمـــان ، ١٩٨٦ ص ٦١ .

تحمل قيمـــا وأفكارا مختلفة بلا رقيب يعطيه ما يشـــاء ويحذف عنه ما يشـــاء الا نفســـه وضميره وقيمـــه ومبادئه ، ولن يكون لديه اختيار أو رغبة فى منع تسلل هذه المضـــامين الى بيته ، واذا كانت هذه المضـــامين تصل حاليـــا بطرق اخرى من خلال الاذاعات الاجنبية الموجهة ، والصحف الاجنبيـــة دون مخاطر تذكر . الا أن الامر جد مختلف فى حالة البث التليفزيونى المبـــاشر ، اذ أن اللغـــة فى الحالة الاولى كانت عامل حاســـم فى الحـــد من انتشـــار تأثير هذه المضـــامين فى حين أن هذا العامل يعد أقل فاعلية فى الحالة الثانية ، حيث تعد الصـــورة هنـــا اكثر تعبيرا من اللغة من حيث التأثير .

لقد طرأت بالفعل تغيرات حقيقـــة وملموســـة فى جوانب هامة للثقافة المحلية منذ ظهور وانتشـــار السينما والتليفزيون والفيديو ومن أمثلة ذلك ، ما طرأ على الفنون الشعبية وخاصة فى القرى وفى الطرز المعمارية المنتشرة فى المدن والقرى حديثا التى لا تلائم البيئـــة العربيـــة ولا الروح العربيـــة ، وفى الأغانى والموســـيقى الحديثة وفى طرق ومظاهر السلوك اليومى للمواطنين ، المباشر ، الذى ستتجاوز تأثيراته حدود ذاته،لأنه يصبح مع الوقت والاستمرارية والالحاح واعتبـــار الجمهور والمهارة الفنيـــة نموذجا أصليا سرعان ما يستلهمه الجمهور المحلى(١) .

والمشـــكل هنـــا أن الثقافة المحلية فى وضـــع لا يتيح لها التعـــامل مع الثقافة الغربية الوافدة ، سواء فى نواتجها الرخيصة والمبتذلة وشديدة الاغراء التى تعكس مسالب الحضارة الغربية أو نواتجها الرفيعة شديدة الاتقان التى تعكس مظاهر تقدم هذه الحضارة ، فنواتج الحالة الاولى غير ملائمة ، وشيوعها محليا يهدد مسيرة التنمية ، وفى الحالة الثانية تعجز امكانيات الثقـــافة المحلية عن التعامل مع هذه النواتج ، والنتيجة الحتمية هى اعاقة مسيرة النمو الذاتى للثقافة المحلية ، وصـــعوبة الاعتمـــاد على الذات فى الميدان الثقافى وتفشى حالة الاغتراب بصـــفة عامة لدى الافراد فى المجتمعات المتخلفة .

كان ما تقدم هو مجمل وجهـــات نظر الاتجاه الذى يتحدث عن مخـــاطر البث المبـــاشر ، وواضـــح من سياق العرض أن هذا الاتجاه يجمع فى بوتقه واحدة أنصار مدرستى الانتشار والتبعية ، ورغم تباين منطلقات كلا المدرستين الا انهمـــا معا يتجاهلان مناقشة الواقع الموضوعى المحلى وآليـــات التعرض المحلى للمضـــامين الوافدة أو المنتشرة ، فليس ثمة اهتمـــام مثلا لدى انصار

---

(١) فريدة النقاش ، حول اشكال التبعية الثقافية والاعلامية ، الحلقة الدراســـية الثالثة لبحوث الاعلام ، مرجع ســـابق ص ١١ .

المدرستين لفهم السلوك الاتصالى للافراد فى المجتمع المحلى او طرق تعاملهم واستخدامهم لأجهزة الاتصال بعامة ، كما لا يلق بالا للقدرات المتاحة لدى الافراد فى المجتمع المحلى للتعامل مع المضامين الوافدة او للعمليات الانتقائية التى يقومون بها ، والتى تفترض ان الأفراد لا شعوريا وفى اطار واقعهم الثقافى والاجتماعى الخاص يميلون الى تجنب او تجاهل او تحريف او نسيان مضامين معينة من اجهزة الاعلام وفضلا عن ذلك يتجاهل انصار هذا الاتجاه ، الحديث عن موقف اجهزة الاتصال المحلى ازاء البث المباشر ، واكتفوا فى ذلك بالحديث عن ضعف هذه الاجهزة وتبعتها .... الخ .

وايا كان الأمر ، فان ما يهمنا هنا هو مناقشة المسلمات التى ينطلق منها انصار هذا الاتجاه فى تأكيد مخاوفهم من البث المباشر ، واول هذه المسلمات ، هو التفوق الثقافى الغربى الذى يخشى منه على الثقافة المحلية ، وهذا أمر يصعب التسليم به فاذا كانت المجتمعات الغربية قد حققت تفوقا هائلا فى مجالات الاقتصاد والتكنولوجيا ، الا ان تفوقها فى المجال الثقافى والاجتماعى محل شك ، حيث تعايش هذه المجتمعات مشكلات اجتماعية وثقافية بالغة الخطورة ، ليس أقلها ما تعانيه من حالات اغتراب وانحلال اخلاقى وتفسخ أسرى ... الخ . ومن هذا المنظور الاجتماعى ، يمكن القول ان العديد من مجتمعات العالم الثالث ومنها المجتمع العربى يتفوق حضاريا على الغرب ، فالمراة المصرية مثلا ، تستطيع ان تسير فى شوارع القاهرة بعد الساعة الثانية عشر ليلا وهى آمنة فى حين ان المراة الغربية لا تستطيع ان تفعل ذلك فى شوارع نيويورك أو اية عاصمة اوربية اخرى ، كما ان بنية المجتمع العربى رغم ما اصابها من تشويه ، الا انها فى جوهرها ما زالت متماسكة وقوية وقادرة على العطاء والتحدى وتنعكس هذه الصلابة فى وقت الأزمات والشدائد(*) .

وثانى هذه المسلمات ، هو ان التليفزيون اشد خطرا واكثر تاثيرا من اساليب الاتصال الاخرى ، وهى مسلمة مشكوك ايضا فى سلامتها ، فضلا عن عموميتها ، ذلك أن التليفزيون لا يتحدد تاثيره بقدرته فقط على تقديم الصوت والصورة ، ولكن بعناصر ومتغيرات عديدة ليس أقلها النظرة الثقافية للجمهور الى التليفزيون والظروف المحيطة بانتاج وتلقى المضمون ، والثقافة الشعبية السائدة التى فى اطارها تفهم المعانى ودلالات المشهد التليفزيونى ... الخ .

(*) تأمل مثلا حالة الشعب المصرى فى حرب اكتوبر ١٩٧٣ ، والبطولات التى قدمها وما يزال الشعب اللبنانى والفلسطينى والعراقى ... الخ .

وترتبط ثالث المسلمات التى ينطلق منهـــا انصـــار التخويف من البث المبـــاشر ، بالمسلمة السابقة ، حيث يأخذ انصـــار هذاالاتجاه بنموذج (المثير — الاستجابة) والتأثير المبـــاشر والفوري للمضـــامين الاعلاميـــة ، فعنـــدما يكون هنـــاك رســـالة اعلامية يكون التأثير ، وهى التصـــورات التى كانت سائدة منذ ثلاثينيات واربعينيـــات هـــذا القرن ، وتجـــاوزتها بمراحل البحوث والنمـــاذج النظرية الراهنة(١) .

الاتجاه الثـــانى : ويشـــير الى هؤلاء الذين عبروا عن ترحيبهم بالبث المباشر . ويمكن بلورة موقف هذا الاتجاه على النحو التالى :

ان الاهتمـــام بالتراث الانســـانى ضرورة ، وان المجتمع ينبغى أن يتجه الى اثراء ثقافته بالاطلاع على النماذج الفريدة والانتاج الفكرى الانسانى فالعلم لا وطن له ، وأن الحضـــارا تالمختلفة نقلت عن بعضها البعض ســـواء عن طريق الغزو فى اكثر الأحيـــان أو عن طريق اقتباس أفكار وتقنيات نافعة . واذا كانت الثقافة العربية تأخذ اليوم من الثقافة الغربية ، فان الثقافة الاخيرة ذاتها لم تتحرج يوما فيما مضى من استخلاص دعامتها الاساسية من الحضارة العربية بعبارة أخرى ، فان العلاقة بين المنطقة العربية بالذات وبين الغرب ، اعقد من أن تكون مجرد ازدواج حضـــارى ، وانمـــا هى علاقة تداخل وتشابك وثيق لا خوف منه أو تهرب من ملاقاته(٢) .

فالتلاقى والاختلاط الثقافى فى صـــالح ثقافتنـــا وليس ضـــدها ذلك أن الثقافات الغربية ، تتميز حاليـــا بجانبها العقلى من حيث أن هذا الجانب قد ازدهر فى ميـــادين العلم والتكنولوجيا وقدم لاصحاب هـــذه الثقافات منجزات سهلت عليهم الكثير من أمور حياتهم ، ولكن هذه الثقافة لم تقدم لأصحابها المعايير المستمدة من القيم الدينيـــة والتى تحول بينهم وبين اســـتثمار هـــذه المنجزات فى الاضرار بغيرهم ، ويعنى انخراطنـــا من خلال البث المباشر أو خلافه على هذه الثقافة تدعيم هـــذا الجـــانب الذى يضعف فى ثقافتنا العربية ونحتاجه بشدة فى مرحلة النهوض وهو التربية العقلية وتدعيم مركز العقل ، فاذا تحقق لنـــا ذلك ، فضلا عن ما تتميز به ثقافتنا الأصليةمن جوانب روحيـــة واخلاقية فان عناصر القوة والتقدم قد تعاد الى هذه البلاد(٣) .

---

(١) راجع الفصـــل الرابع الجزء الخاص بتطور بحوث التأثير من هذا العمـــل .

(٢) فؤاد زكريا ، آراء نقدية فى مشكلات الفكر والثقافة ، الهيئة المصرية العامة للكتاب ، ١٩٧٥ ص ٢٨ — ٢٩ .

(٣) محمد احمـــد خلف الله ، الدين كركيزة للثقـــافة العربيـــة ، الحلقة الدراسية الثالثة لبحوث الاعلام ، مرجع سابق ص ١٠ .

لقد اتجهت امم كثيرة للانفتاح على الغرب ، وحافظت مع ذلك على ثقافتها ، واليابان والصين والهند وغيرها امثلة على هذا ، فاليابان رغم انفتاحها الشديد على الغرب بعد هزيمتها فى الحرب العالمية الثانية ، الا ان المجتمع اليابانى لا يزال له خصوصياته الثقافية التى تميزه عن المجتمعات الغربية وتمكن هذا المجتمع بفضل قدرته المتميزة على المزاوجة بين الأصالة والمعاصرة من تحقيق تقدما هائلا ادهش الغرب المنتصر ذاته واجبره على احترام ارادته(١) .

ويرى انصار هذا الموقف انه لا مبرر للمخاوف القائلة بان الغرب بفضل سيطرته على تقنيات الاتصال الحديثة سيقوم بتصدير اسوأ ما عنده خلال البث المباشر . وليس العقلانية والرشادة العلمية التى اقاموا عليها تقدمهم وتحتاج لها بلادنا ، وحجتهم فى ذلك لا تخلو من وجاهة فبافتراض ان ما سيصدره الغرب خلال الافلام والمسلسلات التليفزيونية هو شرب الخمر ومعانقة الرجال للنساء ، والعرى والمجون والانحلال والفساد والعنف بكل صوره واشكاله وغيرها ، فان من شأن ذلك ان يدفع نحو مزيدا من التطرف والغلو الدينى ، ومزيدا لمعاداة الغرب ، ونموا للحركة الاسلامية المناهضة لكل ما هو غربى ، وهو ما لا يريده الغرب او يسعى اليه ، وبالتالى ، فان المتوقع والاقرب الى التصور ، هو ان ينصرف الغرب من منظور التفوق والمصلحة ، فيسعى الى كسب رضاء الشعوب الاخرى من اجل ايجاد منافذ لتوزيع بضاعته وسلعه .

على ان باعثا آخر للترحيب بالبث المباشر، يكمن فى التأثير على الطريقة التى كانت وما تزال ، تستخدم بها الصفوة السياسية اجهزة الاتصال المحلية ، فهذه الاجهزة ، اصبح لا هم لها سوى الدفاع عن مصالح هذه الصفوة وفى اطار ذلك يتم اخفاء او تحريف او تشويه المعلومات والاحداث ، واول تأثير للبث المباشر هو فك احتكار السلطة للمعلومات ، وانعدام فاعلية اخفاء او تمويه او تسطيح المواد الاخبارية المقدمة الى الجماهير من اجهزة الاعلام المحلية او محاولة هذه الاجهزة تبرير تصرفات معينة واضفاء هالة من التعظيم والتفخيم والتأليه على القيادات الحاكمة ، وهذا فى صالح الجماهير ، وفى صالح بلورة رأى عام واعى ناضج ، يستطيع التغيير والعمل فى اتجاهه .

---

(١) للمزيد من التفاصيل حول التجربة اليابانية فى الحفاظ على تراثها انظر :

ادوين رايشاور ، اليابانيون ، ترجمة ليلى الجبالى ، عالم المعرفة ، الكويت ١٩٨٩ .

كمـا قد يؤدى البث المباشر ، الى تنشيط قنوات الاتصال والثقـافة المحلية ، للقيـام بمهامها بصـورة افضل ، والرد على ما قد يحدث من آثار سلبية أو مضامين مضللة وافدة ، وفرصتها فى ذلك افضل بفعل متغيرات اللغة المحلية والتقـارب الثقافى .. الخ . وهذا كله من شأنه أن يساعد على التدعيم الثقافى وتقوية البيئـة الثقافية أكثر من تهديدها كمـا يفترض انصار التخويف والغزو الثقافى .

ومع وجاهة هذه التحليلات ، وروح التفاؤل التى نلمسها بصـفة عامة لدى انصـار هذا الاتجاه فى تناولهم لقضية البث المباشر ، الا أن ثمة تحفظ على بعض المسلمات والافكـار التى يسوقها هذا الاتجاه ، وأول هذه الأفكار هو القول بأن العلم لا وطن له ، ومن ثم يمكن الاستفادة من منجزات وروائع الحضـارة الغربية فى مجالات العلوم والفنـون والآداب ... الخ . لانها أصبحت ملكـا للبشرية جمعـاء ، والواقع أن العلوم وبالذات الانسـانية منها والفنون والآداب لها أوطانها ، وانها نتاج لمصـالح واهتمامات وأيديولوجيات هـذه الأوطان ، وأن دور ووظيفة هذه العلوم والفنون تختلف فى المجتمعات البشرية وفقـا لاختلاف الظروف الحضارية لكل مجتمع . وفى ذلك يذكر «عادل حسين» أن الزعم بعالمية العلوم الغربية لا يستند الى مشروعية معرفية أو تاريخية ، واذا كنـا نعترف بأن الغرب انشأ مدارس ممتازة بمعايير بيئتها وظروفهـا ، الا اننا هنـا نواجه أسـئلة غير أسئلة الغرب وظروفا غير ظروف الغرب ، وفضلا عن ذلك ، فان العلوم الغربية لا تعبر عن مضمون معرفى مختلف وحسب، ولكنها علوما غير محايدة ومعادية لنا أيضا(١) .

كمـا أن القول بأن الحضـارات المختلفة قد اخذت من بعضها البعض ، وأن الغرب ذاته قد اخذ من الحضارة العربية من قبل ... الخ . قول لا ينطبق على حالتنـا الراهنة ، ذلك أن اقتباس الحضارات من بعضها البعض كانت تحكمه ارادة المقتبس . فقد اطلع العرب على الحضارة اليونانية واخذوا منها ما شاءوا وتركوا ما شاءوا ، كذلك فعل الأوربيون مع الحضارة العربيـة . وحتى بعثات محمد على الى أوربا كانت موجه وارادية ، وعندما جاءالاحتلال الانجليزى ظل محصورا ومقاوما وينظر اليه على أنه كذلك ، هـذه الارادة اصبحت مفتقدة فى حالتنـا الراهنـة فليس أمامنـا حياد وانما فرض وهيمنة ومحاولة املاء رؤى وتوجهات بعينها فى ظل أوضـاع سياسية واقتصـادية واجتمـاعية بالغـة السـوء ولا تشـجع على المقـاومة والتحدى وهـو

---

(١) عادل حسين ، النظريات الاجتماعية الغربية قاصرة ومعادية ، فى اشـكالية العلوم الاجتماعية فى الوطن العربى ، مؤلف جماعى ، المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية ، ١٩٨٤ ص ٢٥٨ .

ما يتجاهله انصار هذا الاتجاه صحيح ان الثقافة المحلية كانت وما زالت صلبة وقوية ، كما يرى انصار هذا الاتجاه ، ولكنها تعانى حاليا وضع الازمة بفضل مايحيط بها من متغيرات مجتمعية ، يجعلها عاجزة عن الاداء ويضعها فى موقف الاستسلام . وهذا هو مكمن الخطورة فى قضية البث المباشر .

واذا كان بعض انصار هذا الاتجاه يعبرون عن اغتباطهم من تأثير البث المباشر على الطريقة التى توظف بها السلطة السياسية اجهزة الاعلام ، وفقدان اهمية سيطرة الصفوة الحاكمة على هذه الاجهزة ، فضلا عن اجبار اجهزة الاعلام على تعديل ادائها المهنى الراهن ، الا ان القضية تحتمل الوجه الآخر ايضا مما يقلب هذه السعادة الى اسف بالغ ، ذلك ان حاجة السلطة الى اجهزة الاعلام المحلية مع البث المباشر ، سوف تتزايد اكثر من ذى قبل ، لرغبتها فى استخدام هذه الاجهزة كسلاح للتبرير والدفاع والمساندة ازاء ما قد يفد عبر البث المباشر من مضامين ومعلومات معادية للسلطة الحاكمة الامر الذى يحمل معه المزيد من السيطرة والتوجيه التى تفرضها السلطة عن اجهزة الاعلام المحلية وليس العكس كما يفترض انصار هذا الاتجاه .

الاتجاه الثالث : يأخذ انصار هذا الاتجاه ، وعلى نقيض الاتجاهين السابقين موقف التهوين من قضية البث المباشر ، ولا يجدون من هذا البث جديدا يستأهل كل هذا النقاش والمخاوف والترحيب ومنطقهم فى ذلك يتحدد فيما يلى :

ان الاقمار الصناعية للاتصالات لا يمكن أن تقوم بالمعجزات فهى فى حقيقة الأمر مجرد محطات للاستقبال والبث معلقة فى الفضاء ، أى انها محطات للتقوية تنقل البث الى مستوى أبعد مما يمكن للشبكات الارضية ان تنقله ، وأن تجارب الماضى وكذا المشاهدات الواقعية والاحتمالات المستقبلية جميعها تشير الى ان الاستخدام التليفزيونى لأقمار الاتصالات يقتصر فى الاغلب على نقل الاخبار والاحداث الرياضية ، وان هذين اللونين من البرامج يصلا بالفعل حاليا عن طريق الراديو . وان اهتمام البث المباشر بالبرامج الاخرى وبالذات التربوية او الثقافية يتطلب طاقة انتاجية هائلة ووقت طويل وميزانيات كبيرة ، وهذا ابعد ما يكون عن عقلية وتفكير الدول الكبرى لسبب بسيط هو أن هذه الدول تحكم اساسا حصارها السياسى والاقتصادى بل والثقافى ايضا على الدول الاخرى ، وأن المزيد من هذا الحصار من خلال البث المباشر ، على ما يتطلبه من نفقات هائلة ، سيعد تحصيل حاصل .

ان هذه المخاوف التى تثار حاليا حول البث المباشر ، اثيرت من قبل عند

ظهور الراديو والتليفزيون ثم الفيديو وتصـــور الكثيرون مع بدء الارســال التليفزيونى انه مارد جبار وان فيه نهاية العالم ، واتضـــح عكس ذلك ثم تكرر نفس الموقف مع دخول الفيديو(١) وبافتراض ان التليفزيون المباشر سوف يقدم مضامين هابطة وخارجة ولا تتلاءم مع تقاليدنا وثقافتنا ، فان التليفزيون المحلى يقدم بالفعل مثل هذه المضـــامين ، منذ السبعينيات من هـــذا القرن(٢) ورغم ذلك ومع تواجد روافد اخرى عديدة للثقافة الخارجية كالبعثات الخارجية . والافلام الاجنبية والمسلســلات والبرامج الاذاعيـــة والتليفزيونيـــة والكتب والموسيقى والاغانى الاجنبية ، فقد عجزت هذه الروافد حتى الآن على التاثير بفاعلية على الثقافة العربية المحلية او النيـــل منها وتمص هويتهـــا ، والبث المباشر لن يكون اقوى فاعلية من كل هذه الروافد .

واذا كان ثمة بعض المؤثرات للثقافة الغربيـــة قد بدأت بالفعل تظهر فى الواقع الثقافى المحلى بفعل هذه الروافد الاجنبية ، الا ان الرد على ذلك يتحدد فى ان هنـــاك بعض العناصر الثقافية تقبل التغيير والتبديل بسرعة والبعض الآخر غير قابل لذلك ، وهذه نقطة مهمة ذلك لأن حصـــاد الاختلاط بالثقـــافة الغربية وحصـــاد عهود طويلة من التبعية والنقل من هذه الثقافة ، فان بعض جوانب السلوك والقيم الثقافية هى التى تتغير فى حين ظل الجانب الاكبر من انمـــاط الحياة ، كمـــا هو وكمـــا كان يعايشـــــها قدماء المصريون(٣) ، وقد اقتصرت هذه المظاهر التى شهدت بعض التغيير على الجوانب الخاصة بالزى واللباس وبالطعام وبعض الانشـــطة الفنية وضروب السلوك المختلفة ، وحتى تلك المظاهر ، محل نقد ومراجعة ورفض حاليـــا من جانب تيار كبير من الافراد فى المجتمع (الجمـــاعات الاسلامية) ومطالب هذه الجماعة فى مجال النقاب وارتداء الجلباب ، وعدم الالتزام بما يفرضه القانون وجوب اثبات الزواج فى محرر رســـمى والهجرة من المجتمع الذى أصابه الكفر ... الخ . وبخلاف ذلك بقيت عادات وتقاليـــد وعقائد دينيـــة هى هى دون تغيير وبالذات تلك العناصر الدينية التى ورد فيها حكم او نص قطعى من كتـــاب اللـــه وســـنة رســـوله ﷺ .

ومع كل ، فان المضـــامين الوافدة سعيا منهـــا لنيل المصداقية والتاثير لدى الأفراد المحليين ستجد نفســـها مضطرة لمراعاة الواقع الثقافى الســـائد ،

---

(١) جيهان رشتى ، حديث منشـــور بجريدة الوفد .

(٢) على فهمى ، الاعلام والثقافة فى مصر ، الحلقة الدراســـية لبحوث الاعـــلام ، مرجع سابق ص ٢٢ .

(٣) سيد عويس ، حول موضوع تاكيد الذاتية الثقافية ، مرجع ســـابق ص ١٤ .

فهى ستعتمد على هـذا الاطار من أجل تحقيق القبول لما تبثـه من مضـامين يراد زرعها فى البيئة ، ويؤكد ذلك ، اهتمـام الاذاعات الاجنبية الموجهة مثل مونت كارلو ، وهيئـة الاذاعة البريطانية ، والاذاعة الاسرائيلية وغـيرها بالجوانب الدينيـة والاحتفـال بالمناسبات الدينية الخاصـة كالعيدين ورؤية الاهلة ومطلع الشهور الهجرية واستخدام المأثورات والاغانى الشعبية المحلية فى برامجها ، وذلك كله بغية جذب المستمع والتأثير عليه وكسب مصـداقيته ادراكا منها بأن ادنى شك من جانب المتلقى تجاه هـذه الاذاعات او انتماءاتها واغراضـها سوف يجعل منهـا عديمـة الفـائدة ايا كانت درجة جـودة مضـمونها .

وباختصـار تبدو العملية لدى انصار هذا الاتجاه على النحو التالى :

ما من مادة اعلامية تتجه لمخاطبة العقل الوجدانى الانسـانى الا وتحمل رسالتها ايديولوجيتها الضمنية معلنة أو خفيـة ، وهى الايديولوجية التى تعبر فى خاتمة المطاف عن مصالح هذه الايديولوجية التى تعكس ورائهـا مصـالح معينـة تتجه لمخاطبة جمـاعات اخرى ومصـالح قد تتفق أو تختلف معهـا وفى حالة الاتفـاق فليس ثمة مشـكلة ، اما فى حالة الاختلاف فالاحتمال الاقرب الى التصـور هو الا تقف هذه الجماعة المتلقية موقف اللا مبالاة والاستسلام وانمـا تنهض تلقـائيا للدفاع عن مصالحها بوسـائل مختلفة سواء بالرفض والاستنكار لمـا هو معروض ومحاربته والرد عليه أو بالتعامل معه بلا مبالاة والفرجة عليه مما ينفى اية مخـاوف من تأثيرات محتملة لقنوات البث المبـاشر على الثقافة المحلية .

وواضـح من السياق درجة التهوين المفرط لدى انصار هذا الاتجـاه من تأثيرات الاتصـال ، وتجاهل اثر السيطرة على عملياته من جانب نخبـة معينة « دولا أو جمـاعات » واستخدامه فى تزييف وعى الآخرين(١) وبالذات اذا كان هؤلاء يعانون من مشكلات الفقر والجهل ، وتدنى الحس النقدى ، مثلمـا هو الحال لدى الغالبيـة العظمى من سـكان البلدان العربيـة . فضـلا عن تجاهل التأثيرات التراكمية والممتدة وغير المباشرة لعمليـات اجهزة الاعـلام على رؤى ومعارف وتصورات الافراد فى المجتمع المحلى واذا كانت مخاطر اقمار البث الأوربى ، يمكن التهوين من مخاطرها على حد تصور انصار هذا الاتجاه ، الا انه يصعب من المنظور الاستراتيجى للبلدان العربية التهوين من اثر القمر الاسرائيلى وبثه التليفزيونى المرتقب .

---

(١) لمزيد من التفاصـيل انظر :
عبد الباسط عبد المعطى ، الاعلام وتزييف الوعى ، القاهرة ، دار الثقافة الجـديدة ، ١٩٧٩ .

وأيا كانت الاتجاهات والمواقف حول قضـية البث المباشر فالثابت ، اننا ازاء تحدى حضـارى جديدا بالغ الخطورة علينـا الاستعداد له ومواجهته بكل همة وعزيمـة واصرار ، والا فان العواقب وخيمة فى عالم متغير لا يعرف سوى لغـة القوة .

ان القضـية لا تكمن فى خطورة او عدم خطورة البث المباشر او هل هذا البث يفيدنا أم يضرنا ، اوهل نرحب بالثقـافة الغربية أم نرفضـها ؟ وانمـا القضية تكمن فى مدى قدرتنـا على التعامل وشروط هذا التعامل مع الآخرين ، ذلك أن سيادة روح الانهزامية الراهنة والتعامل بلا مبالاة مع التطورات الجديدة فى مجـال الاتصـال ، يحمل معه مخاطر ضـياع الهوية وفقدان القـدرة على الابداع الذاتى ، والمبـادرة وبالتالى الاستسلام للآخرين .

لقد اصبح من المستحيل فى ظل التطـورات الجديدة فى مجـال الاتصال الدعوة للانعزال عن العالم الخارجى ، فهذا اصبح امرا بالغ الصعوبة شئنا أم ابينـا ، ولكن ما ندعو اليه حاليـا هو الحاجة الى تدعيم قدرتنـا على التعـامل مع الآخرين ووضع قواعد للعلاقات معهم كى نمنع تحول التعامل الى سـيطرة من جانب طرف على آخر ، وأول ما يتطلبه ذلك ، هو تحرير الارادة السياسية والاقتصادية أولا ، فهمـا بدا لنا أن المشكلة ثقافية ، فان التصدى لهـا — فى راى — يبدأ على المستوى السياسى والاقتصادى ، ففى ظل مناخ سياسى واقتصـادى يتمتع فيه ا لاجنبى بامتيازات لا يتمتع بها ابنـاء البلد ، ويجد فيه كل ما هو اجنبى ، لا بد أن يرسخ فى الشعور العام احترام مبالغ لكل منجزات الاجنبى المـادية والفكرية(١) . وفى ظل مثل هذا المنـاخ يسهل على الأجنبى أن يبيع بضـاعته المادية والفكرية على انها انتاج انسـانى عام او ثمرة التقدم التكنولوجى المـادى الذى لا ينتسب لحضـارة دون اخرى او لثقافة بعينها دون غيرها ومن ثم يسهل اخفاء تحيزات الاجنبى الخاصة وميوله ونزعاته التى تطبع انتاجه المـادى والفكرى على السواء ، ويقبل العربى على المضـامين الاجنبية دون مسـاءلة كمـا يقبل المستهلك العـادى على البضـائع المستوردة دون أن يتسـاءل عن جدواها ، ولن يصلح فى مثل هذا المنـاخ الحجج التى يثيرها أنصـار التهوين من البث المباشر وبالذات تلك المتعلقة بقوة الثقافة المحلية وقدرتهـا على الفرز والتطويع ... الخ فهذا أبعد ما يكون فى منـاخ سياسى واقتصـادى تابع وتعوزه الارادة أو الثقة بالنفس ولنضرب مثلا بسـيطا : لنفرض او هذا هو المتوقع ان تلجأ الدول المتقـدمة

---

(١) جلال أمين ، بعض مظاهر التبعية الفكرية فى الدراسات الاجتمـاعية فى العالم الثالث ، فى اشكالية العلوم الاجتماعية فى الوطن العربى ، مؤلف جماعى ، مرجع سـابق ، ص ٢٤١ .

الى استغلال البث المباشر فى تكثيف الاعلانات التجارية الموجهة الى البلدان الاخرى بهدف التوسع التجارى وترويج سلعها ومنتجاتها لدى شعوب هذه البلدان ، وزيادة المستورد منها ، ولكن ما جدوى هذه الاعلانات اذا كان ثمة سياسية اقتصادية صارمة تمنع استيراد هذه المنتجات ، أو فرض رسوما جمركية فادحة عليها وتشجع المنتج المحلى ، فى مثل هذه الحالة تصبح الاعلانات عديمة الفائدة بمنظور العائد الاقتصادى . وبمنطق العقلانية والرشادة ، والمكسب والخسارة الذى يحكم تصرفات الغرب عموما ستتوقف نشر هذه الاعلانات عبر موجات البث المباشر .

وهكذا ، لا يمكننا الدخول فى تحدى حضارى أو ثقافى من نوع البث المباشر الا اذا اقترن بجهد مماثل من جانبنا على المستوى السياسى والاقتصادى ، والجهد على هذا المستوى له ركائز ومتطلبات واولها ، الديمقراطية الحقيقية وبأوسع معانيها ، وقيادة سياسية واعية ومقاتلة ، وتوزيع عادل للثروة والاعباء على الأفراد فى المجتمع ، ومشروع حضارى متكامل وغير متحيز ويحظى بالقبول والتأييد الشعبى هذا على المستوى السياسى الاقتصادى .

وعلى المستوى الاعلامى ، تبدو اكثر اخطار البث المباشر واضحة على طريقة اداء اجهزة الاعلام المحلى ، وقد أوضح البعض أن على هذه الأجهزة أن تطور من مضامينها وطريقة ادائها ، وتعمل بكافة السبل لجذب انتباه المتلقى وشدة الى برامجها بعيدا عن البث الخارجى(١) . ونعتقد ان هذا هو التوجه السائد حاليا لدى المسئولين والعاملين فى المجال الاعلامى ، والاستعداد يجرى على قدم وساق فى هذا الاتجاه كوسيلة لمقاومة البث المباشر ، وهو توجه نراه بالغ الخطورة ، ويضر بمسيرة التنمية المستقلة ، فضلا عن عدم جدواه ، بالنظر الى الصورة الذهنية الراسخة لدى الجمهور عن أجهزة الاعلام الرسمية ، وضعف الامكانيات المادية والفنية لهذه الأجهزة .

وتتحدد خطورة هذا التوجه ، فى أن النزول الى مستوى الجمهور والعمل على جذب انتباهه بكافة السبل بعيدا عن البث المباشر ، يفرض على اجهزة الاعلام ، العمل على تحضير المتلقى ذهنيا وعاطفيا من خلال استعمال المقدمات والافتتاحيات والالحان المثيرة كنوع من الجذب واستخدام المنبهات التى تعمل على شد انتباه الافراد كالعناوين الصحفية المثيرة والوان الطباعة والتصميمات والرسوم المصاحبة والبرامج الشعبية والافلام الخيالية ... الخ . باختصار

---

(١) راجع على سبيل المثال ، توصيات المجلس القومى للثقافة والفنون والآداب والاعلام ، الكتاب رقم ١٨١ ، الدورة السادسة ، يونيو ، ١٩٨٥ ص ٢٠٢ .

ستتجه هذه الاجهزة الى تقديم كل ما يجد هـوى لدى الجمهور ، وهـذا يعنى التخلى عن الجدية والموضوعية التى ندعوا لها فى الممارسة الاعلامية واتجاه الممارسة الاعلامية نحـو المزيد من الاثارة والالـوان الصـارخة والمؤثرات الموسيقية والمضـامين الترفيهية والرخيصة ، وانخراط اجهزة الأعلام المحلية ، فى ممارسة من هذا النوع ، يعنى خروجها من دورها الريادى والمتوقع فى الاخذ بيـد الجمهور من حالة الركود والانحدار والاستسلام الى حالة العمل والانجاز والطموح وعجزها عن المساعدة فى دعم المشروع الحضارى المشـار اليـه آنفـا .

والمدخل للخروج من هـذا المأزق ، كما هو الحال على المستوى السياسى الاقتصـادى ،له ركائز ومتطلبات ايضـا اهمها :

١ — العمل الجماعى العربى فى المجال الاعلامى ، فأى دولة عربية ، مهما كانت قدراتها الذاتية لن تستطيع بمفردها مواجهة آثار البث المبـاشر ، ويتطلب هذا العمل الجماعى المشترك ازالة كافة القيـود والعقبات التى اعاقت حتى الآن تحقيق الاستفادة الكاملة من القمر الصناعى العربى (عربستات)(١). والعمل على تطوير هذا القمر تكنولوجيا ، ليتوافق مع نوعيـة البث المبـاشر الصالح للاستقبال بهوائى صـغير قطره من ٦٠ سـم الى ٩٠ سم ، ومن شأن ذلك ، شغل حيز القنوات الفضائية الذى تحدده الاتفاقيـات الدوليـة للمنطقة العربية ، وعدم تركها للاقمـار الاجنبية وبالتالى القدرة على مواجهـة آثار البث المبـاشر الاجنبى ، ودعم الانتـاج الذاتى للمـوارد الاعلاميـة أى الانتـاج الذى تتولاه هيئـات ومؤسسات قوميـة ومحلية وتنشـيط عمليـة تبادل وتسـويق الانتاج الاعلامى بين المجتمعات العربية مما يوفر التمويل الكافى لتطوير وانتاج برامج راقيـة تستطيع الدخول فى منافسة مع البرامج الوافدة

٢ — العمل على كسب ثقة الجمهور بأجهزة الاعلام المحلى ويتأتى ذلك ، من خلال البعد عن الذاتية المفرطة فى معالجة المضـامين الاعلامية ، والاتجاه نحو العرض والتحليل الموضوعى للمشـكلات بمايسـاير واقعة المعـاش ، ويتفق مع احتياجاته والكف فورا عن اخبار المجاملات والبروتوكولات وتضخيم وتأليه البعض بلا مبرر أو محاولة اخفاء الحقائق وتزييف الوعى بها ، حيث لم يعد هنـاك مجال لمثل هذه الممارسة فى الوقت الراهن .

٣ — العمل على تحقيق المشاركة والتكـامل بين قنـوات الاتصـال الجماهيرى الرسـمية وبين قنوات الاتصال الشخصى فى المنـاطق المختلفة .

---

(١) للوقوف على العوامل التى اعاقت الاستفادة الكاملة من هذا القمر ، راجع مناقشات الندوة التالية : القمر الصناعى العربى بين مشكلات الارض وامكانيات الفضـاء ، منتدى الفكر العربى ، عمـان ، مارس ١٩٨٦ .

ومن شأن ذلك سـد الفجوة الحالية بين هذه القنوات ، والتى يمكن أن تنفذ منهـا المضـامين الوافدة ، وقد يبدو أن تحقيق مثل هذا التكامل عملية صعبة، ولكنهـا ممكنة ، من خلال توفير منـاخ الحرية ، وحق الاتصال ، والتفاف الافراد حول هدف قومى يسعون الى تحقيقه ... الخ . وسوف نسعى خلال العمل الميدانى القـادم الى تلمس امكانية تحقيق مثل هذا التكامل على أرض الواقع .

الفصل السادس

حـــول إجراءات العمل الميدانى

الفصـــل الســـادس

حـــول اجراءات العمل الميدانى

نحاول فى هذا الفصل ، تحديد اهداف الدراســـة الميدانية وتســـاؤلاتها والاساليب المنهجية المستخدمة لانجازها بالاضـــافة الى تقديم وصف عـــام لمنطقة البحث محل الدراسة وهى احدى القرى المصرية ، وبيان دوافع اختيار هذه القرية وبعض الخصـــائص المميزة لها من حيث الموقع ، وعدد الســـكان والنشـــاط الغالب ومؤسسات الخدمات المتوافرة بهذه المنطقة ... الخ .

١ — اهداف الدراســـة الميدانية :

(أ) وصف وتشخيص بنية الاتصال الراهنة بالقرية المصرية وتحـــديد مكونات هذه البنية والتغيرات التى طرأت عليها والعوامل الفاعلة فى هذا المجال .

(ب) قيـــاس درجة اعتماد القرويين على انماط الاتصـــال المختلفة وقدرة كل نمط على تزويدهم بالمعارف والمعلومات المختلفة .

(جـ) الوقوف على مـــدى تغلغل أدوات الاتصـــال المختلفـــة بالقرية ، واسلوب تعامل القرويين مع هذه الأدوات ورؤيتهم لها .

(د) الكشف عن فاعلية اســـاليب الاتصـــال المختلفة بالقرية ، وتحديد مراكز وأدوار كل منها على ضوء التغيرات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية التى عايشها الريف المصرى فى السنوات الأخيرة .

(هـ) الكشف عن مجالات التأثير التى احدثتها تكنولوجيا الاتصـــال الحديثة على الجوانب المادية وغير المـــادية فى الثقافة الريفية .

(و) استشراف رؤية مستقبلية لواقع العمليـــة الاتصـــالية فى القرية المصرية ، على ضوء معطيات الواقع الراهن واحتمـــالات التغير المســـتقبلية .

٢ — تســـاؤلات الدراســـة :

وتطرح هذه الاهداف مجموعة من التساؤلات يسعى العمل الميدانى الى توفير اجابات محددة عليهـــا ويمكن بلورة هذه التســـاؤلات فيمـــا يلى :

١ — ما هى المكونات الحالية لبنية الاتصال فى القرية المصرية ؟ وما مدى تأثر هذه البنيـــة بالتغيرات التى طرأت مؤخرا على القرية المصرية ؟ ؟

وينبثق من هـــذا التســـاؤل الرئيسى مجمـــوعة التســـاؤلات الفرعيـــة التـــاليـــة :

(أ)ما هى اشـــكال واساليب الاتصـــال المختلفة بالقرية المصرية ؟

(ب) ما هى أدوات الاتصـــال الاكثر رواجا وانتشارا بين القرويين ؟

(جـ) كيف يتعامل القرويون مع أدوات الاتصـــال المختلفة ؟

(د) ما هى رؤية القرويين لكل أداة ، وما دورها فى حياتهم ؟

٢ — ما مدى تأثير دخـــول أجهزة الاتصـــال الحديثـــة الى القرية على أنمـــاط الاتصـــال التقليدية بهـــا ؟

٣ — ما حقيقة التأثيرات الثقافية التى احدثها اجهزة الاتصـــال الحديثة فى القرية المصرية ؟

٤ — ما تأثير ثقافة القرويين ذاتها على أجهزة الاتصال الحديثة ؟

٥ — الى أى حد يلبى نظام الاتصـــال الحالى بالقرية المصرية الاحتياجات الاعلامية للقرويين ؟ وما هى أوجه القوة أو جوانب القصور فى هـــذا النظام ؟

٦ — ما مدى امكانية قيام نظام للاتصـــال المحلى يعمل بالتكامل والتنسيق مع نظام الاتصـــال المركزى ، ويمكن من خلاله تلبية الاحتيـــاجات الحاليـــة والمستقبلية للقرية المصرية ؟

٣ — الرؤية النظرية ومستويات التحليل :

تنطلق الدراسة فى تحقيـــق أهدافهـــا والاجابة على ما يثيره البحث من تســـاؤلات من تصور يرى أن فهم وتحليل العلاقة بين تكنولوجيا الاتصـــال والثقافة فى القرية المصرية ينبغى أن يتم فى ضـــوء الابعاد التالية :

(أ) أن البنيـــة الاقتصادية والاجتماعية والثقافية للقرية المصرية قد شهدت فى السنوات الأخيرة مجمـــوعة من التغيرات التى تركت بصماتها الواضحة على بنيـــة الاتصـــال بالقرية المصرية . فعلى المستوى الاقتصـــادى ، تزايد ضغط السكان على عنصر الارض الى الحد الذى أصـــبح معه هـــذا العنصر غـــير قادر على تلبية الاحتياجات الأساسية للقرويين من الغذاء وبالتالى تزايد اعتمادهم على المدينـــة فى تلبية هذه الاحتياجات يضـــاف الى ذلك ، ضعف الاستثمارات الموجهة للعمل الزراعى والتى لم تتجاوز فى السنوات الاخيرة معدل (١٢٪) من اجمالى الاســـتثمارات القوميـــة(١) . واستمرار تعبئة الفائض الزراعى على قلته — لصـــالح ســـكان

---

(١) انظر فى ذلك :

مجلس الشورى ، السياسة الزراعية ، تقرير لجنـــة الانتاج والقوى العاملة ، دور الانعقاد العادى الثانى ، ١٩٨٢ .

المدينة ويتمثل ذلك بصورة واضحة فى سياسة التسعير غير العادلة للحاصلات الزراعية ، وتعدد أنواع الضرائب المفروضة على الفلاح ، وقد أفضى ذلك مع غيره من العوامل الى مجموعة من الظواهر والمشكلات التى أصبحت تشغل بال القرويين ومنها : قلة العائد من العمل الزراعى وضعف قيمة الارض الزراعية ، وتزايد الميل الى الاعتداء عليها بالتبوير أو التجريف والبناء واختلال سوق العمل بالقرية ، وارتفاع أسعار العمالة الزراعية وتزايد الميل الى الهجرة او امتهان مهن أخرى غير العمل الزراعى .

وعلى مستوى البنية الاجتماعية ، تمثلت أهم التغيرات فى أساليب الحراك المشروعة وغير المشروعة لبعض الفئات الاجتماعية وهامشية بعض الشرائح الاجتماعية ، والتغير فى تركيب الأسرة الريفية وأدوار المرأة الريفية ، وعلى المستوى الثقافى ، نجد أن انساق القيم الاجتماعية على مستوى كثير من مكونات بنية القرية بدأت العمل المنتج والتعليم والتعاون والمزاملة ، والعمل الجماعى تعانى من الاضطراب والخلط والصراع والتى أثرت سلبا على العمل المنتج والتعليم والتعاون والمزاملة ، والعمل الجماعى والاستقرار بالأرض ... الخ .

وتؤثرهذه التغيرات علىجوانب عديدة منمكونات البنية الاتصالية بالقرية المصرية ، فالقول مثلا بوجود حراك اجتماعى لبعض الفئات الاجتماعية ، يعنى وجود تغير واضح فى أساليب التعامل والتخاطب والتفاعل بين الفئات الاجتماعية وتزايد المقدرة الاتصالية لبعض الفئات وتغير فى مراكز وأدوار قادة الرأى التقليديين بالقرية ، كذلك فان الحديث عن قلة العائد الزراعى وتزايد اعتماد القرية على المدينة فى تلبية متطلباتها الاستهلاكية يعنى تغير فى الاحتياجات والاهتمامات الاساسية للقرويين وهى جوانب فاعلة فى تحديد مجريات العملية الاتصالية . كما تؤثر التغيرات القيمية المشار اليها ليس فقط على فهم واستيعاب القرويين لما يثار من مضامين اعلامية عبر وسائل الاعلام المختلفة ، ولكن فى التعرض أصلا لهذه الوسائل ، والاقبال على نوعيات معينة من المضامين الاعلامية المثارة خلالها .

(ب) اتساع نطاق انفتاح القرية المصرية على العالم الخارجى فبعد التطورات التى لحقت بالمجتمع المصرى ، وبالذات فى الحقب الأخيرة أصبح من المتعذر حتى على المستوى الاجرائى وضع حدود فاصلة للتمييز بين القرية المصرية والمدينة وأصبح الحديث شائعا عن

ظاهرة تريف المدن وتحضر الريف وذلك نتيجة لسياسات الانفتاح والهجرة والتعليم وغيرها التى فى اطارها تزايد ارتباط الريف بالمدن ، فلم يعد الريف المصرى معزولا عن حياة الحضر بالصورة التى عرفتها مصر قبل عام ١٩٥٢ واصبح من المألوف أن نرى الضغط على وسائل المواصلات المتجه من القاهرة والمدن الكبرى الى الاقاليم فى الاعياد والمواسم وأن نرى الآن العديد من العادات الاستهلاكية الحضرية وقيم المدينة التى حملها المهاجرون الريفيون انفسهم الرائحون الغادون من الريف والمدينة ، كما حملها العائدون من الهجرة المؤقتة للعمل فى خارج مصر وتزايدت حركة المواصلات والاتصالات بين الريف والمدينة نتيجة لعمليات تحسين الطرق وتزايد وسائل النقل ودخول الكهرباء وانتشار أجهزة الاعلام وعلى رأسها التليفزيون وأجهزة التسجيل بل والتليفون فى العديد من القرى .

هذا الانفتاح الخارجى وتزايد حركة انتقال القرويين من والى القرية المصرية ، يعنى انتفاء العديد من التصورات التقليدية التى ظلت راسخة لدى بعض الباحثين حول انعزال القرويين وجمودهم وانخفاض مستوى طموحاتهم وعدم تقبلهم للتحديث ... الخ . كما يعنى من ناحية أخرى ظهور احتياجات اعلامية جديدة ، تؤثر بالضرورة على أدوار ومراكز اساليب الاتصال المختلفة بالقرية .

(جـ) ان جانبا كبيرا من المضامين الاعلامية المتجهة نحو الريف عبر اجهزة الاعلام الرسمية ، يجرى اعداده وصياغته من أعلى فى المركز ، وبعيدا عن مشاركة القرويين أو مراعاة لواقعهم ومتطلباتهم الفعلية مما يضعف فاعلية هذه المضامين وقدرتها على تحقيق وظائفها على أرض الواقع من ناحية ويقلل من اعتماد القرويين عليها ويدفعهم بالتالى الى أقامة نظامهم الاتصالى الخاص بهم والمنعزل عن نظام الاتصال المركزى من ناحية أخرى .

(د) ان فهم تأثيرات الاتصال على الثقافة المحلية لا يتسنى مع النظرة الآنية والجزئية لهذه التأثيرات ، والانهماك فى بحث تأثير وسيلة بعينها وتحديد العوامل الوسيطة التى تعوق هذا التأثير على النحو المألوف والمعتاد فى الدراسات الاعلامية(١) . وانما يمكن أن

---

(١) انظر فى ذلك :
عبد الفتاح عبد النبى ، البحوث الاعلامية فى القرية المصرية ، دراسة تقويمية ، تقرير فرعى أعد فى اطار بحث الاعلام ومستقبل القرية المصرية =

يتم هذا الفهم بصـــورة افضل مع النظرة المتكاملة والممتدة لنســـق الاتصـــال ككل فى مجتمع القرية . وان هذه التأثيرات قد تتفاوت بين التدعيم والتغيير الجزئى المحدود والتعبئـــة العـــامة والتغيير الشامل لمـــا هو سائد من اسلوب حياة فى المجتمع المحلى .

وعلى ضـــوء ما تقدم يمكن تتبع وقياس اثر دوات الاتصال الحديثة على الثقافة فى مجتمع القرية وفقا للمستويات التالية :

(ا) مستوى مجتمع القرية ككل :

وفى هـــذا المستوى يتم الأخذ فى الاعتبـــار تأثير اجهزة الاتصـــال على المجالات التالية :

١ — الشـــكل المعمارى للقرية .

٢ — العـــادات والتقاليد .

٣ — الانتاجية وســـوق العمل .

٤ — بنـــاء القوة والنفوذ داخل القرية .

(ب) مستوى الأسرة :

وفى هـــذا المستوى يجرى بحث تأثير الاتصـــال على الجوانب التالية :

١ — العلاقات الاسرية .

٢ — الأدوار داخل الأسرة وبالذات دور المراة .

٣ — الخصوبة والانجاب .

٤ — العـــادات الغذائية .

(جـ) مســـتوى الفرد :

وفى هذا المستوى يتم بحث الجوانب التالية :

١ — مستوى الطموح الفردى .

٢ — درجة الانفتـــاح على الآخرين .

٣ — الوعى بالحقوق والمشـــاركة .

٤ — قيمة العمل والرغبة فى الانجاز .

= الذى يجريه المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائيـــة ، قسم بحوث الاتصـــال الجماهيرى (تحت الطبع) .

٤ — المجـال الجغرافى (منطقة البحث) :

تقرر اجراء الدراسـة الميدانية بمحافظة الغربية ووقع الاختيار تحديدا على قرية « تطاى » ، مركز السـنطة ، محافظة الغربية ، وجاء هذا الاختيار العمدى للمبررين التاليين :

الأول : تأثرت قرية « تطاى » بظروف التغيير التى شـهدها المجتمع المصرى والمنـاطق الريفيـة فى الحقب الاخيرة ، وبالذات فيما يتعلق بالانفتاح والهجرة والتنقل وارتفـاع نسـبة التعليم ، وسهولة المواصـلات ، وتغلغل أجهزة الاعلام ... الخ . وانخفضت بهـا نسـبة العـاملين بالزراعة الى ما يقرب (٥٠٪) وارتفعت فى المقابل نسبة المشتغلين بأنشطة أخرى كالتجارة ، والخدمات والمقاولات والصناعات الحرفية ... الخ . وهى بذلك تعد نموذجا واقعيـا لحالة التحول التى تشـهدها العديد من المناطق الريفية على مستوى الجمهورية فى الوقت الراهن .

والثـانى : قرية تطاى ، هى قرية الباحث وموطن نشأته وقضى بها أكثر من نصف سنوات عمره ويتردد عليها بين الحين والآخر ، حيث تقيم عائلتـه وأقرباؤه وهو بذلك يدرك عن قرب ظروفها ومشكلاتها وما يقع فيها من تفاعلات وتغيرات ، وربمـا يكون ذلك مأخوذا عليه احتمـالات التحيز والفهم الذاتى للامور وصـعوبة فصـل الباحث فى هذه الحالة بين دوره كباحث ودوره كأحد أفراد مجتمع البحث ، أو عدم استثارة حواس الباحث لملاحظة الكثير من الأمور التى يأخذها — نتيجة التعود عليها كوقائع مسلم بها ، بينما فى المناطق الغريبة عليه ، يكون كل شىء جديدا على الباحث ، وبالتالى يكون أكثر مدعاه للاستثارة والاهتمـام ، وهو الأمر الذى يثرى العمل الميدانى ... الخ .

على أن ذلك لم يكن ليثنى الباحث عن اختيار القرية التى ينتمى اليها ، فقـد ساعد هذا الاختيار على تفادى مشكلات كثيرة كان يمكن أن تهدد سـير البحث وفى مقدمتها ، توفير الوقت والمـال والجهد ، بالنسـبة لباحث يجرى دراسـة بمفرده وعلى نفقته الخاصـة ، وتتطلب التواجد بالقرية لمدة طويلة نسـبيا ، ثم تخطى الصعوبات الخاصـة بتوطيد الصـلة بالمبحوثين ، وكسب ثقتهم ، والتغلب على المقاومة والشـك التى تواجه عادة جامعى البيانات بالاضافة الى معرفة الباحث الشخصية بالقرية ممـا يسهل فرص الالتقاء والزيارات والحوارات مع الأفراد بصـورة طبيعية وبلا افتعال كمـا يساهم بعد الباحث عن القرية واقامته خارجها لمدة تقرب من ٥ اعاما فرصـة طيبة لادراك مظاهر التغيرات التى حدثت فى طرق وأساليب الاتصال بالقرية ، وفى تلافى أية مجاملات والرغبة فى ارضـاء الباحث أو تقديم ما يرضى السـلطات

من معلومات على النحو الشائع والمعروف فى طريقة تعامل القروى مع ما يعتقد انهم مندوبوا الحكومة أو افندية المدينة .

وفى مقابل ذلك ، يؤدى الاختيار العمدى للقرية التى ينتمى اليها الباحث الى انتفاء القدرة على التعميم ، ويظل ما يتوصل اليه من نتائج مقتصرا على على قرية البحث محل الدراسة كنموذج أو حالة للقرى التى تتشابه معها فى خصائصها العامة .

بعض الخصائص المميزة لقرية البحث :

تقع قرية « تطاى » فى النطاق الجغرافى لمركز السنطة التابع لمحافظة الغربية وتبعد عنه مسافة خمسة كيلو مترات جنوبا ويربط بينها طريق ممهد يمتد بمحازاة بحر شبين الكوم ، وتبعد عن طنطا عاصمة المحافظة بمسافة ثلاثة عشر كيلو مترا فى اتجاه الجنوب الشرقى منها خمسة كيلو مترات غير ممهدة ابتداء من قرية « شبرا قاص » التى تقع على طريق المعاهدة الذى يربط مدينة طنطا بزفتى ثم الزقازيق ، وتقع القرية الى الشمال الشرقى من مدينة بركة السبع التابعة لمحافظة المنوفية وتبعد عنها مسافة ستة كيلو مترات تمتد عبر طريق ترابى يمتد بمحازاة بحر شبين الكوم أيضا . واتجاه الاهالى الى مدينة طنطا أكبر من اتجاههم الى المركزين الأخيرين ، حيث تمثل مدينة طنطا مركزا تجاريا ودينيا وترفيهيا وتعليميا لمعظم سكان القرية وتقتصر صلة الأهالى بمدنة السنطة — المركزى الادارى — على النواحى الادارية حيث يفدون اليها لقضاء مصالحهم بالسجل المدنى ، ومركز الشرطة ، والمحكمة الابتدائية والشهر العقارى ومجلس المدينة الى غيرها من المصالح التى تتبع لها القرية اداريا .

وترتبط القرية بهذه المراكز الحضرية بخطوط لأتوبيس وسط الدلتا ، وأتوبيس النقل الداخلى لمدينة طنطا بالاضافة الى عدد من سيارات الأجرة الخاصة التى تعمل على خط طنطا — الجعفرية ، وهى قرية ملاصقة تماما لقرية تطاى بحيث لا يفصل بينها سوى شارع رئيسى واحد وتتداخل الصلات والعلاقات بين أهالى كلا القريتين مما يجعلهما اشبه بمركز سكانى واحد تتكامل الخدمات الموجودة بكل منهما ، حيث توجد بقرية الجعفرية نقطة الشرطة ومقر المجلس المحلى والوحدة الصحية وغيرها من المؤسسات التى تخدم القريتين معا .

ويصل تعداد سكان قرية « تطاى » وفقا لبيانات تعداد ١٩٨٦ ، الى (١٢٢٧٨) منهم (٦٢٦٣) من الذكور و (٦٠١٥) من الاناث ، ويبلغ اجمالى مساحة الأراضى الزراعية بزمام القرية ١٨٠٠ فدان ، موزعة على ١٤٠٠ حيازة ويوضح الجدول التالى توزيع الحيازات الزراعية بقرية « تطاى » وفقا لفئات الحيازة :

جـــدول رقم (١)

توزيع الحيازة الزراعية بقرية تطاى(*)

فئة الحيازة	العـــدد	٪
أقل من فدان	٤٥٠	٣٢ر١٤
من فدان — ٥	٧٥٠	٥٣ر٥٧
من ٥ — ١٠	١٥٠	١٠ر٧٢
١٠ أفدنة فأكثر	٥٠	٣ر٥٧٪
المجمـــوع	١٤٠٠	١٠٠٪

وتشـــير بيانات الجدول أن الغالبية العظمى من الحيـــازات الزراعيـــة بالقرية حوالى (٨٥ر٧٪) من الحيازات بها تقـــع فى فئة الحيازة أقل من خمسة أفدنة وأن حوالى (٤٠٪) من هذه النسبة حيازات لا تتجاوز مساحتها الفدان ، الأمر الذى يشـــير الى صغر وقزمية نمط الحيازة الغالب بالقرية ، وأن نسبة الحيازات المتوسطة والكبيرة أكثر من خمســـة أفدنة لا تتجـــاوز (١٤ر٢٪) من أصحاب الحيازات وأن الحد الأقصى للحيازات الزراعية بهذه القرية لا يتجاوز ١٣ فدانا .

وأهـــم الزراعات بالقرية هى القطن والذرة والقمـــح ، والخضروات ، والفواكه وبالذات التفاح البلدى والبرتقال والجوافة .

وتكشف بيانات تعداد عام ١٩٨٦ ، أن قرية « تطاى » لا تختلف عن باقى القرى المصرية من حيث التوزيع النوعى النســـبى للســـكان على أن اللافت للنظر فى تلك البيانات ، هو ما يظهر من تحسن طفيف فى الحالة التعليمية بالقرية حيث تبلغ نسبة الاميـــة بهـــا (٥٧ر٤٪) فى حين أنهـــا تبلغ (٥٨ر٥٪) فى المناطق الريفية على مستوى الجمهورية ، ويعود ذلك الى توافر فرص التعليم بالقرية ، حيث يوجد بها حاليـــا مدرستين ابتدائى وأخرى اعـــدادى للبنين والبنات بالاضافة الى مدرسة ثانوية ومعهـــد دينى موجودين بقرية الجعفرية الملاصـــقة لقرية تطاى .

وفضلا عن توافر المدارس بالقرية (ابتدائى — اعدادى ، ثانوى) تتميز

(*) البيانات مستقاه من واقع ســـجلات الجمعية التعاونية الزراعية بالقرية .

قرية تطاى بتوافر العديد من مؤسسات الخدمات الأخرى ، فيوجد بها جمعية تعاونية زراعية ، ومكتب بريد ، ونادى للشباب ، وسنترال مخصص لخدمة أهالى قريتى الجعفرية وتطاى . وقد حظيت القرية بفرصة دخول المياه النقية اليها منذ نهاية الخمسينات وشهدت دخول التيار الكهربائى فى أوائل السبعينات والتى لا تكاد تخلو منها منزلا واحد بالقرية الآن .

وينتشر بالقرية محلات بيع الأقمشة والخردوات ولوازم البناء وتجاره الأخشاب والحبوب بالاضافة الى البقالة ، والجزارة والمطاعم وورش صناعة الموبيليا وغيرها وهى كلها أمور تشير الى تزايد ظهور وانتشار السمات الحضرية بالقرية .

ولا يختلف النمط العام للمساكن بالقرية عن النمط العام لمساكن الفلاح المصرى فجانب كبير من مساكن القرية مبنى بالطوب اللبن ، وفى أوضاع متلاصقة وشوارعها ضيقة وينتشر على مداخلها وفى اطرافها العديد من المساكن الحديثة المبنية بالطوب الأحمر والأسمنت المسلح ، ويتسم الوضع العمرانى بصفة عامة فى القرية بمظاهر التناقض البنائى ، فبجانب البيوت ذات الطابع التقليدى تتواجد البيوت ذات الطراز الحديث . ويعد هذا التناقض فى الشكل الفيزيقى للقرية انعكاسا للتناقض الواضح فى النشاط الاقتصادى للسكان بالقرية فبينما تزايدت الأنشطة غير التقليدية كالتجارة ، والمقاولات ، والصناعات الحرفية بما يعنيه ذلك من سرعة ظهور السمات الحضرية بالقريه ، نجد أن النشاط الزراعى التقليدى لايزال يستوعب ما يقرب من (٥٠٪) من جملة موارد النشاط بالقرية . على أن اللافت للنظر هو اتجاه الطابع الريفى التقليدى الى الانحسار ، بشكل سريع وواضح بالقرية مما يشير الى الطابع الانتقالى الذى تعايشه القرية حاليا ، ونمو السمات الحضرية بها ، ومن بين الخدمات النامية بالقرية . مكاتب المحامين ، والعيادات الطبية حيث يوجد بها حاليا خمسة مكاتب للمحاماه ، وأربع عيادات طبية ، ودار الحضانة .

٥ — أدوات العمل الميدانى وعينة البحث :

تتبع الدراسة المنهج الأنثروبولوجى والمنهج المقارن وفى ذلك اعتمدت على الملاحظه ، والمقابلة والمناقشات الفردية والجماعية المفتوحة كأدوات لجمع البيانات الميدانية . ولتنظيم عملية الملاحظة جرى وضع دليلا لها يتضمن الجوانب التالية .

— سلوك التعرض والتعامل مع أدوات الاتصال المختلفة ، والمضامين الأكثر رواجا وانتشارا لدى القرويين .

— موضوعات الحوار وأساليب التخاطب والتفاعل بين الجماعات الاجتماعية المختلفة بالقرية .

— قدرة الفئات الاجتماعية المختلفة على المشاركة فى عملية الاتصال .

— تأثيرات أدوات الاتصال الحديثة على الجوانب التالية :
قنوات الاتصال التقليدية ، العادات والتقاليد ، الانتاجية وسوق العمل . بناء القوة والنفوذ داخل القرية ، العلاقات الأسرية .

وقد قام الباحث بمراقبة هذه الجوانب بمنطقة البحث من خلال الاقامة شبه الكاملة بمنطقة البحث لمدة ستة شهور ، استغرقت الفترة من اول يناير ١٩٩٠ وحتى يونيو من العام نفسه ، وخلال هذه المدة داب الباحث على التجول داخل شوارع القرية بالملابس القروية العادية والقيام ببعض الزيارات داخل البيوت ، والتردد المنتظم لدور بعض الأسر تحددت أساسا فى خمس أسر ترتبط بعلاقة قرابة ومعارف مع أسرة الباحث بالاضافة الى الجلوس والاختلاط بمواقع الأنشطة والخدمات المختلفة مثل الجمعية التعاونية ، وبنك القرية ، والورش الحرفية (الحياكة والموبيليا) ومحلات البقالة والمقهى ، والمسجد ودوار العمدة وغيرها من أماكن الاتصال والتفاعل اليومى داخل القرية ، وكان يجرى تدوين مذكرات يومية بما يتم رصده من ملاحظات حول السلوك أو العادة موضع التحليل والمراقبة على النحو الوارد فى دليل الملاحظة .

كما استخدمت المقابلة وجرى توظيف هذه الأداة للحصول على بيانات كمية ووصفية تتعلق بحجم وانماط تعرض الأفراد بمنطقة البحث لوسائل الاتصال المختلفة ، ورؤيتهم لكل وسيلة ، ومدى اعتمادهم عليها أو تأثرهم بها فى مجرى حياتهم اليومية . وقد طبقت المقابلة المتعمقة مع عينة عشوائية طبقية منتظمة من (٢٠٠) فرد من الذكور والاناث ، على أساس السن من (٢٠—٦٠) سنة والنشاط المهنى للفرد . وذلك وفقا للجدول التالى :

جـدول رقم (٢)

(توزيع مفردات عينة البحث وفقا للنوع والمهنة)(١) .

	اناث	ذكور	المجموع
فـلاح / فـلاحة تحـوز	٢٠	٣٠	٥٠
فلاح / فلاحة لا تحـوز	٢٠	٣٠	٥٠
عامل / عاملة (غير زراعى)	٥	١٠	١٥
مهـنى	٥	١٠	١٥
حـرفى	٥	١٠	١٥
تاجـر	٥	١٠	١٥
موظـف	١٠	١٠	٢٠
طالـب	١٠	١٠	٢٠
المجمـوع	٨٠	١٢٠	٢٠٠

وقد جرى تصميم دليـلا للمقابلة والحـوار مع جماعة المبحـوثين من افراد العينة . وقد تضمن الدليل (٨٨) سؤالا موزعة على بندين **الأول** حجم وسـلوك تعرض الافـراد لمختلف ادوات الاتصـال ويشـمل الأسـئلة من (١ — ٦٧) **والثانى** : ويتعلق بالعلاقة بين الجمـهور وادوات الاتصـال المختلفة ويتضمن الاسئلة من (٦٨ — ٨٨) .

وقد اختبرت صحة وثبات الأسئلة خـلال شهر يناير ١٩٩٠ ونفـذت المقابلات المقننة التى طبقت خلالها اسئلة الدليل فى شكلها النهائى بعد التعديل بناء على التجريب الأولى فى شهر مارس ١٩٩٠ .

ومن المفترض ان يؤدى تكامل استخدام الملاحظة بأنواعها ، والمقابلة المقننة مع المبحوثين من افراد العينة ، والحوارات الحرة الفردية والجماعية التى تجرى بمنطقة البحث الى تلافى ما قد يوجـد من قصور فى استخدام اى من هذه الأدوات بمفردها ، والى تدعيم قدرة البحث على الكشف عن

---

(١) اعتمدنا فى ذلك على المصادر التالية :

(*) السجل المدنى لمركز مدينة السنطة الذى تبعه القرية .

(*) الجهاز المركزى للتعبئة العامة والاحصاء تعداد محافظة الغربية (١٩٨٦) .

مكونات بنية الاتصال بالقرية ، واسلوب تعامل الأفراد بها مع اجهزة الاتصال المختلفة ، ورؤيتهم لها او اعتمادهم عليها ، وكذا التأثيرات الثقافية لأجهزة الاتصال فى المجتمع القروى . كما يساهم استخدام المنهج المقارن ، الى الوقوف على أوجه التباين بين مختلف الفئات المهنية والاجتماعية فى التعامل مع وسائل الاتصال ، وفى التعرف على حقيقة التأثيرات التى تركها كل وسيلة فى مجتمع القرية . ونسعى فى الفصل القادم الى عرض نتائج عملنا الميدانى .

الفصل السابع

الاتصال والثقافة (المعطيات الميدانية)

الفصـــل الســـابع

الاتصـــال والثقـــافة (المعطيـــات الميدانيـــة)

نحـــاول فى هذا الفصل ، عرض وتحليل ما توافر لدينا من بيـــانات حصلنا عليها من منطقة البحث سواء من خـــلال تطبيق أدوات ، الملاحظة ، والمقابلة المقننة ودراسة الحالة أو المناقشـــات الفردية والجماعية المفتوحة التى أجريناها مع الأفـــراد بقرية البحث ، وترتبط خطة العرض بأهـــداف البحـــث ومايثيره من تساؤلات تدورحـــول مكونات بنيـــة الاتصال بالقرية ، واسلوب تعامل القرويين مع أدوات الاتصال المختلفة ، والتأثيرات الثقافية التى أحدثتها هـــذه الأدوات ســـواء على مســـتوى مجتمع القرية ككل ، أو المستوى الأسرى أو الفردى . وبصـــورة محددة يتضمن هذا الفصـــل عرض بيانات العنصرين التاليين :

١ ـــ مكونات بنيـــة الاتصـــال بالقرية .

٢ ـــ التأثيرات الثقافية لأدوات الاتصال .

اولا : مكونات بنيـــة الاتصـــال بالقـــرية :

١ ـــ الراديـــو :

ظلت اجهزة الراديو محـــدودة العدد فى قرى الريف المصرى خـــلال الخمسينيات من هذا القرن : ويقتصر وجودها على عدد من الأجهـــزة تعـــد على أصـــابع الأيـــدى ، وفى حـــوزة فئات معنية ســـواء أعيـــان القرى أو لدى أحـــد البقـــالين أو أصحاب المقاهى . ودخلـــت أجهـــزة الراديو بكثافة ملحوظة الى القـــرية المصرية مع بدايـــة الستينيات وذلك فى اطـــار ظهور الترانزســـتور وانخفاض أسعاره من جهـــة بالاضـــافة الى عـــودة الكثير من ابناء القرى المجندين الذين اشتركوا فى حرب اليمن خـــلال الفترة من ١٩٦٢ ـــ ١٩٦٧ من جهـــة اخرى ، حيث كانت تيح لهم المرتبـــات التى يقومون بادخارها هنـــاك ، شراء أحـــد أجهزة الراديـــو اثناء العـــودة الى القرية بل وكانت حيـــازة مثل هذا الجهـــاز ، تعـــد بمثابة أحـــد مؤشرات التمايز فى نظـــر العـــديد من فقراء الفلاحين خـــلال ذلك الوقت . والحراك الذى حققه المجنـــدون العائدون . ثم أخـــذت أجهـــزة الراديو فى الانتشار بعد ذلك بصورة واضحة لدرجة أنه أصبح من النادر أن نجـــد أسرة ريفية الآن لا تحـــوز راديو أو اثنين على الأقل .

ونتيجة للاجراءات والقرارات الحماسية التى اتخذتها حكومة الثورة خلال حقبتى الخمسينيات والستينيات والتى واكبت تغلغل وانتشار اجهزة الراديو فى القرية المصرية ، وميل هذه القرارات لدعم مركز القاعدة العريضة من الفلاحين (الاصلاح الزراعى ، توزيع الملكية ، العلاقة بين المالك والمستأجر التعاونيات الزراعية .. الخ) وقيام اجهزة الراديو بنقل هذه الاجراءات والقرارات الى القرويين ونشر الوعى لديهم حولها ، ارتبط فى الذهن العام لدى القرويين ، وبالذات جماعة الفلاحين ، أن الراديو جهاز لمعرفة اخبار الدنيا .. وسماع الاخبار فى المقام الأول ، ويلى ذلك فى مرتبة تالية ، مهمة الترفيه (سماع الأغانى والتمثيليات الاذاعية) وذلك بعد أن اتجهت الدولة بعد هزيمة ١٩٦٧ الى تكثيف التوظيف الترفيهى للراديو (اغانى أم كلثوم ، وعبد الحليم حافظ ، والمباريات الرياضية ... الخ) وذلك فى اطار محاولة السياسية الاعلامية انذاك التخفيف من الآثار النفسية للهزيمة . واخيرا الاستماع الى القرآن الكريم والبرامج الدينية والتى كثفت أيضا بعد هذا التاريخ عبر مختلف محطات الراديو المصرية لاسباب سياسية أيضا . وبعد دخول أجهزة التليفزيون والتسجيل وانتشارها فى القرية المصرية منذ منتصف السبعينيات ، قل الاستخدام الترفيهى للراديو فى حين ظلت البرامج الاخبارية والدينية ، تحظى بالأولوية المطلقة فى استخدام القرويين لجهاز الراديو .

ويحظى الراديو بمكانة متميزة بين أجهزة الاتصال الجماهيرى من حيث الصور : الذهنية المحببة لدى القرويين ، فهو ليس « حراما » ، كما ينظر بعض القرويين حاليا الى جهاز التليفزيون ، والفيديو مثلا ، كما انه سهل الحمل والاستخدام ، ورخيص الثمن بالمقارنة ببقية أجهزة الاتصال الأخرى ، فضلا عن خلوة من التعبيرات السوقية والمشاهد الخارجة . ونتيجة لذلك عبر الجانب الأكبر من المبحوثين فى حوارهم معنا حول مدى تعودهم على الاستماع للراديو عن ارتفاع درجة هذا التعود ، كما تكشف بيانات الجدول التالى :

جدول رقم (١)

(درجة تعود القرويين الاستماع للراديو)

درجة التعود	العدد	٪
دايما	١٦٠	٨٠
حسب الظروف	٤٠	٢٠
لا اسمعه اطلاقا	—	—
المجموع	٢٠٠	١٠٠٪

ونظهر البيانات أن (٨٠٪) من اجمالى المبعوثين البالغ عددهم (٢٠٠) فرد ، يستمعون الى الراديو بصورة دائمة او منتظمة فى حين لم تتجاوز نسبة التعرض العشوائى او حسب الظروف عن (٢٠٪) فقط ، واختفت تماما نسبة من اقر بعدم استماعه الى الراديو على الاطلاق ، نتيجة على ما يبدو ان الاستماع الى الراديو نشاط يمارسه القروى فى مناطق متعددة ، وحيثما يذهب الى المنزل والحقل واماكن العمل ، والمقهى والمواصلات وغيرها من اماكن تواجده .

ويبدو ان ذلك ايضا ، هو الذى دفع الجانب الاكبر من المبحوثين (٦٠٪) الى الاقرار بأن الراديو ضرورى جدا عندما طرحنا عليهم السؤال الآتى : **ياترى الاستماع للراديو لازم منه ولا كله زى بعضه فى رايك ؟** فى حين لم تتجاوز نسبة من اقر بأن كله زى بعضه ، مشيرا بذلك الى عدم اهتمامه كثيرا ببرامج الراديو (٤٠٪) من اجمالى افراد العينة ، الأمر الذى يشير الى المكانة التى مازال الراديو يحتلها فى القرية المصرية ، رغم انتشار أجهزة اخرى منافسة مثل التليفزيون والفيديو وشرائط التسجيل .

وقد اعاد التساؤل حول آخر مرة فتح المبحوث فيها الراديو تأكيد ارتفاع معدل التعرض والاستماع للراديو بين القرويين . فقد اشار الجانب الاكبر من المبحوثين (٦٥٪) بأن آخر مرة هذه كانت « اليوم » اى ذات اليوم الذى اجريا فيه الحوار . فى حين لم تتجاوز نسبة من اشار الى أن آخر مرة كانت من يومين ثلاثة او اكثر (٢٠٪) من اجمالى المبحوثين . واوضح (١٥٪) فقط ان اتجاههم لفتح الراديو بأنفسهم مسألة تخضع للظروف والوقت المتاح لهم ، وان كانوا يستمعون الى الراديو بالصدفة اثناء سيرهم فى الطريق او المواصلات او غيرها من اماكن التواجد . وفى هذا الاطار تلاحظ وجود علاقة بين النوع والمهنة ومعدلات الاستماع الى الراديو ، فالنساء اكثر اقبالا من الرجال على الاستماع الى الراديو ، كما أن جماعة الفلاحين والعمال والحرفيين تعد اكثر انتظاما فى الاستماع للراديو من الموظفين والمهنيين والطلبة وهكذا .

وتظهر المناقشات مع جماعة المبحوثين ، ان فترة الصباح هى اكثر الفترات تفضيلا للاستماع الى الراديو كما يوضح الجدول التالى :

جـدول رقـم (٢)

(الوقت المفضل لتعرض المبحوثين للراديو)

الوقت المفضـل للاسـتماع	العدد	٪
الصـبح	٨٠	٤٠
الضـحى	٥	٢ر٥
الظهـيرة	٥	٢ر٥
العصـر	١٠	٥
المغـرب	٢٠	١٠
السـهرة	٤٠	٢٠
حسـب الظـروف	٤٠	٢٠
المجمـوع	٢٠٠	١٠٠٪

وواضح من بيانات الجدول ان فترة « الصباح » هى اكثر الفترات تعرضا للراديو بنسبة (٤٠٪) فقد أوضح المبحوثون وبالذات جماعة الموظفين والمهنيين والطلبة انهم يستمعون الى الراديو خلال استعدادهم للخروج للعمل وتناولهم الفطار . ويلى ذلك من حيث الأهمية فترة « السهرة » وبالذات لدى جماعة الفلاحين بنسبة (٢٠٪) ، ثم فترة المغرب بنسبة (١٠٪) وتنخفض الى حد كبير نسبة تعرض القرويين الى الراديو فى فترة الضحى او الظهيرة والعصر الى حد كبير وهى الفترات التى يبدو ان جمهور المستمعين الى الراديو يتجه خلالها الى أجهزة التسجيل والكاست للاستماع الى الأغانى الشعبية والتسجيلات التى أصبح اقبال القرويين عليها يتزايد يوما بعد يوم كرد فعل على مايبدو من جانبهم للمضامين الاذاعية غير المرتبطة بواقعهم فى جانبها الاكبر . وظلت نسبة غير قليلة (٢٠٪) ، ترى انه لايوجد وقت مفضل لديها للاستماع الى الراديو ، ولكن المسألة تخضع للظروف ووقت الفراغ المتاح أو (النفس) على حد تعبير أحد المبحوثين .

ويبدو ان ظاهرة الاستماع الجماعى الى الراديو التى كانت سائدة فى فترة سابقة ومنذ دخول الراديو الى القرية قد تلاشت أو هى فى طريقها الى ذلك ، حيث تزايد معدلات الاستماع الى الراديو بصورة فردية ، فقد ذكر الجانب الأكبر من المبحوثين (٦٥٪) انهم عادة يستمعون الى الراديو بمفردهم ولا يناقشون ما يستمعون اليه مع الاخرين لو تصادف وجودهم بشكل عابر

اثناء عملية الاستماع . فى حين لم تتجاوز نسبة من اشار الى اعتياده الاستماع الى الراديو وهو مع آخرين (٣٥٪) من اجمالى المبحوثين معظمهم من فئات الحرفيين والعمال ، ويبدو ان هذا التحول فى هذه الظاهرة مرتبط بانتشار اجهزة التليفزيون والتسجيل ، التى اصبح التعرض لها هو الذى يأخذ فى الغالب الصبغة الجماعية فى مقابل تزايد التعرض الفردى للراديو ، ويشير ذلك الى ان تأثير تواجد اجهزة التليفزيون والتسجيل على الراديو لايكمن فقط فى سحب أعداد غير قليلة من جمهور الراديو ، ولكن أيضا فى تعديل سلوك تعرض الجمهور للراديو وفى توقيت هذا التعرض .

وتشير الملاحظات الميدانية ، وكذا الحوارات المتعمقة مع المبحوثين الى ان الاستماع الى الراديو من جانب الأفراد بالقرية ، عادة ما يتم اثناء قيام الفرد باداء عمل ما بل أن البعض يترك الراديو مفتوحا وهو نائم او منهمك فى عمل جاد ، ويندر الى حد كبير الاستماع الى الراديو والفرد جالس متفرغا للاستماع فقط . فقد ذكر الجانب الاكبر من المبحوثين بنسبة (٨٠٪) انهم يستمعون الى الراديو اثناء قيامهم باداء عمل ما ، فى حين لم تتجاوز نسبة من اشار الى تفرغه للاستماع (٥٪) فقط ، وذكر (١٥٪) من اجمالى المبحوثين ان المسألة تخضع للمصادفة والظروف ، وهو امر له دلالة بالغة عند بحث قضية تأثير المضامين الاذاعية ، حيث يبدو الاستماع وكأنه أصبح عادة اكثر منها محاولة للادراك الجيد لحقيقة ما يذاع عبر موجات الراديو .

وقد اتجه الحوار مع المبحوثين للتعرف على المحطات الاذاعية المفضلة لديهم . وطرحنا عليهم السؤال الآتى : **ياترى بتحب تسمع محطة اذاعية معينة ولا كله زى بعضه ؟** ويكشف الجدول التالى عن نتائج اجابات المبحوثين على هذا التساؤل :

جدول رقم (٣)

(درجة تمييز المبحوثين بين المحطات الاذاعية)

درجة التمييز	العدد	٪
اذاعة معينة	٨٠	٤٠
كله زى بعضه	١٢٠	٦٠
المجموع	٢٠٠	١٠٠٪

وتشير بيانات الجدول ، ان الغالبية العظمى من المبحوثين بنسبة (٦٠٪)

ليست لديها محطة اذاعية مفضلة او ترغب فى الاستماع اليها « دايما » حينما تقرر الاستماع الى الراديو ، ولكن كل محطات الراديو تبدو متشابهة لديهم ولا محل للتفضيل بينها . فى حين أوضح (٢٠ ٪) فقط من اجمالى المبحوثين أن لديهم اذاعة معينة يفضلون الاستماع اليها ، يأتى على رأسها اذاعة « القرآن الكريم » .

وفى محاولة من جانبنا لاعادة التثبت من هذه البيانات وتعميق الحوار فى هذا الجانب ، طرحنا على المبحوثين السؤال التالى : **تعرف تقولى اسماء بعض المحطات الاذاعية اللى بتسمعها اكثر ؟** وكان اللافت للنظر فى استجابات المبحوثين على هذا التساؤل ، ان نسبة غير قليلة من المبحوثين تصل الى(٤٠ ٪) اما انها لم تستطع تحديد اسم محطة اذاعية معينة او انها اكتفت بترديد اسم محطة اذاعية واحدة فقط ، مما يشير الى خاصية التعرض العشوائى ، وغير الانتقائى للراديو التى اشرنا اليها من قبل .

ووفقا لما ورد على لسان المبحوثين الذين تمكنوا من تحديد اسم بعض الاذاعات ، تأتى اذاعة القرآن الكريم على راس القائمة ، وتليها اذاعة صوت العرب ، فالشرق الأوسط ، فالبرنامج العام ، واذاعة ام كلثوم ، على الترتيب، وكان اللافت للنظر غياب ترديد اسماء محطات اذاعية تزايد نشاطها فى الآونة الاخيرة مثل اذاعة الشباب والرياضة ، ووادى النيل ، واذاعة وسط الدلتا ، والأخيرة اذاعة محلية تدخل قرية البحث فى نطاق بثها ، وفشلت اية محاولة من جانبنا لتعميق الحوار حول نشاط وفاعلية هذه الاذاعة .

وقد اتجه الحوار مع المبحوثين للتعرف على درجة تعرضهم للاذاعات الاجنبية ، وتوجهنا اليهم بالسؤال الآتى : **ياترى بتحب تسمع اذاعات اجنبية ؟** ويكشف الجدول التالى عن نتائج استجابات المبحوثين على هذا التساؤل :

جدول رقم (٤)

(مدى استماع القرويين للاذاعات الاجنبية)

الاستماع للاذاعات الاجنبية	العدد	٪
يستمع اليها بانتظام	—	—
احيانا يستمع اليها	٨٠	٤٠
لا يستمع اليها اطلاقا	١٢٠	٦٠
المجموع	٢٠٠	١٠٠٪

وتوضح بيانات الجدول ان الجانب الأكبر من المبحوثين بنسبة (٦٠٪) من اجمالى افراد العينة لا يستمعون الى الاذاعات الأجنبية ؛ فى حين اشـــارت نسبة لا تتجاوز (٤٠٪) الى انها احيانا ماتستمع الى الاذاعات الأجنبية ، ولم نصادف حالة واحدة ، اقرت امامنا بأنها تستمع الى الاذاعات الاجنبية بصورة منتظمة او دائمة . وتكشف المشاهدات الواقعية ان لجوء الأفراد الى الاذاعات الاجنبية وبالذات فئات الموظفين والمهنيين والطلبة بالقرية ، عادة مايتم وقت الأزمات او وقوع الاحداث الهامة وبالذات الداخلية ، حيث تحظى هذه الاذاعات بمصداقية اكبر لدى الأفراد فى نقل الأنباء حول هذه الاحداث ثم يقوم هـــؤلاء الأفراد ، من خلال تفاعلاتهم عبر قنوات الاتصال الشخصى بنقل وترديد وقائع الأحداث كما ترددها هـــذه الاذاعات مع التهكم والسخرية عادة من الرواية الرسمية للحدث كما ورد عبر وسائل الاعلام المحلية .

وكان من الطبيعى تعميق الحـــوار مع جماعة المبحوثين الذين اقـــروا بتعرضهم للاذاعات الأجنبية ، بهدف التعرف على هوية هذه الاذاعـــات ، واسباب اقبالهم عليها ، ويكشف الحوار فى هذا الجانب ، ان اذاعة لنـــدن واسرائيل ومونت كارلو وصو تامريكا على الترتيب هى الاذاعات الاجنبيـــة التى وردت اسمائها على لسان المبحوثين كاذاعات يستمعون اليها احيانا وتلاحظ هنا غياب ترديد اسماء اية اذاعات عربية ، ربما بسبب ان لفظة « اجنبى » التى طرحناها فهمت على انها كل ماهو غير عربى ، او ربما لضعف وقع هذه الاذاعات فى القـــرية .

وحول اسباب هذا الاستماع وبالذات الاستماع الى الاذاعة الاسرائيلية، اشار المبحوثون الى اهتمام هذه الاذاعات بالأغانى القديمة « الكويسة » على حد تعبير احد المبحوثين مثل اغانى ام كلثوم ، وعبدالحليم حافظ ، وكذا اهتمامها بالتراث الشعبى المحلى مثل المواويل ، والأحاديث الدينية وغيرها فضلا عن ما تذيعه من انباء ووقائع تعبر عن وجهة النظر الأخرى والتى لا ترد فى وسائل الاعـــلام المحليـــة .

وقد اتجه الحوار مع المبحوثين للتعرف على نوعية البرامج المفضـــــلة لديهم فى الراديو ، وجاءت البرامج الدينية والقرآن الكريم على راس قائمـــة التفضيلات وبمعدل تكرار شمل الجانب الاكبر من المبحوثين ، ويلى ذلـــك فى مرتبة تالية : المسلسلات الاذاعية ، ثم برنامج ربات البيوت ، وكلمتين وبس وهمسة عتاب ، ونشرة الأخبار ، والمباريات الرياضية واخيرا برامج المنوعات ولم يرد على لسان المبحوثين اية اشارة او ترديد لبرامج المراة والطفـــل ، او الارشاد الزراعى ، او البرامج الثقافية وغيرها من البرامج والموضـــوعات الاذاعية التى ربما قد يتعرضون لها بالمصادفة ولكنها ليست لها خلفية فى اذهان

الكثير من المبحوثين أو لافتة لنظرهم وبالتالى تدنت قدرتهم على الاشارة اليهـا فى حوارهم معنا ، مما يؤكد مرة اخرى خاصية التعرض العشوائى وغير الواعى للعديد من برامج الراديو التى اشرنا اليها من قبـل .

وايا كانت طبيعة البرامج المفضلة لدى المبحوثين أو الصورة الذهنية لديهم عن أوجه الاستفادة من الراديو ، فقد عبر الكثير منهم فى حوارهم معنا عن عدم امكانية الاستغناء عن ا لراديو فى حياتهم ، عندما طرحنا عليهم السؤال الاتى : **فى رايك الناس فى البلد هنا ممكن تستغنى عن الراديو ؟** ويكشف الجـدول التالى عن هذه الحقيقة .

جـدول رقـم (٥)

(مدى استغناء المبحوثين عن جهاز الراديو)

مـدى الاسـتغناء	العـدد	٪
يسـتطيع الاسـتغناء	٢٠	١٠
فيـه وفيـه	٧٠	٣٥
لايسـتطيع الاسـتغناء	١١٠	٥٥
المجمـوع	٢٠٠	١٠٠٪

وتشير البيانات ان الجانب الاكبر من المبحوثين بنسبة (٥٥٪) يرون أن الراديو لا يمكن الاستغناء عنه ، فقد استقر كظاهرة اجتماعية فى حياتهم رغم قلة استفادتهم من برامجه فى حياتهم الفعلية فى حين اشارت نسبة غير قليلة ايضا (٣٥٪) أن هناك من يستطيع الاستغناء عنه وآخر من لا يستطيع . وقد تلاحظ ان مثل هذه الاستجابة قد ظهرت بصورة واضحة لدى جماعة الموظفين والمهنين والطلبة وبين فئـات الشباب منهـم تحديدا ولم تتجاوز نسبة من اقر بامكانية استغناء الناس فى البلد عن الراديو ، بالنظر الى ظهور التليفزيون واجهزة التسجيل وغيرها من اجهزة الاتصال عن (١٠٪) فقط من اجمـالى المبحوثين ، الأمر الذى يؤكد صحة ما اشرنا اليه من قبل عن الصورة الذهنية المحببة لدى القرويين على اختلاف تصنيفاتهم الاجتماعية والمهنية عن الراديو بالمقارنة بوسائل الاتصال الأخرى ، كالتليفزيون والفيديو وغيرها .

ومع ان نسبة كبيرة من المبحوثين لم يتمكنوا من تحديد أكثر الفئـات فى البلد استفادة من الراديو « مش عارف » ردا على تساؤلنا : **انت شايف مين من الناس فى البلد بيستفاد اكثر من الراديو ؟** الا ان من استطاع منهم الاجابة

على هذا التساؤل ، اشار الى فئة الفلاحين والمهنين وكبار السن بالذات من الرجال والنساء بالقرية . وحول اوجه الاستفادة الفعلية من الراديو ، أعاد المبحوثون ترديد ما سبق ان اشاروا اليه فى حوارهم معنا حول البرامج المفضلة من الاستماع الى القرآن الكريم والأحاديث الدينية ، والتسلة ومحو الامية ، ومعرفة اخبار الدنيا ، وكان اللافت للنظر هنا ان يتحدث البعض عن استفادة الفلاحين من برامج الارشاد الزراعى ، وهو ما لم يرد من قبل فى حديثهم معنا عن البرامج المفضلة مما يدفعنا الى التهوين من قيمة ماردده هؤلاء حول الاستفادة من برامج الارشاد الزراعى خصوصا وقد تلاحظ ان مصدر ترديده قد جاء من جانب بعض المتعلمين ، وليس من جانب الفئات المعنية اصلا ببرامج الارشاد الازراعى وهم جماعة للفلاحين .

٢ — التليفزيون :

كان دور التليفزيون منذ بدء ارساله فى عام ١٩٦٠ ، يكاد يكون غائبا تماما فى المجتمع الريفى ، حيث اقتصر تواجده وانتشاره فى اطار غياب التيار الكهربائى على محاولات كل من وزارة الثقافة والزراعة الزام بعض الجمعيات التعاونية شراء احد الأجهزة واستخدامها فى مناسبات معنية او لدى احد المقاهى التى تقوم بتشغيل الجهاز بصفة خاصة فى مباريات كرة القدم وبعض التمثيليات والأفلام لجمهورها مقابل اجر معين ، ولذلك كان جمهور المشاهدين ينحصر فى فئات وشرائح اجتماعية معينة كلموظفين والشباب وبعض الأعيان. وقد حدث تحول واضح فى انتشار التليفزيون وجمهور المشاهدين منذ منتصف السبعينيات وذلك بعد دخول التيار الكهربائى فى العديد من القرى ، واقبال العديد من القرويين من مختلف الفئات والشرائح الاجتماعية على حيازة اجهزة التليفزيون واصبح مشاهدة التليفزيون ، تعد احد ممارسات الحياة اليومية لدى قطاعات واسعة من الجماهير وبصفة خاصة فى فترة الارسال المسائية .

وتشير البيانات الميدانية ، الى ارتفاع معدلات حيازة اجهزة التليفزيون بقرية البحث ، فقد اشار (١٩٤) مبحوثا بنسبة (٩٧٪) من اجمالى المبحوثين من افراد العينة البالغ عددهم (٢٠٠) فردا الى ان لديهم جهاز تليفزيون ، بل ان بعض المبحوثين ذكر ان لديهم اكثر من جهاز (ابيض واسود وملون) ومع هذا الانتشار الواسع لأجهزة التليفزيون بالقرية ، والذى قد يجعل من التليفزيون احد أهم مكونات بنية الاتصال بالقرية ، الا ان الفجوة بين حيازة الفرد لجهاز التليفزيون ، ومعدل تعرضه لبرامجه تبدو واسعة حاليا ، حيث تشير البيانات الى الانخفاض الملحوظ فى معدل تعرض القرويين اليومى لجهاز التليفزيون كما يوضح الجدول التالى :

جدول رقـم (٦)

(معدل التعرض للتليفزيون بقرية البحث)

معدل التعرض	العدد	٪
كل يوم	٨٠	٪٤٠
بظروفها	٨٠	٪٤٠
لا اشاهده	٤٠	٪٢٠
المجمـــوع	٢٠٠	

وتشير البيانات ان ما يقرب من (٦٠٪) من المبحوثين اما انهم يتعرضون الى التليفزيـــون بطريقـــة الصدفـــة وحسب الظروف أولا يتعرضون له على الاطلاق ، فى حين ان (٤٠٪) فقط من اجمالى المبحوثين هم الذين يتعرضون يوميا الى التليفزيون ، وكانت أهم اسباب عدم الانتـــظام فى التعرض اليومى للتليفزيون . هي المشاغل وعدم وجود وقت بصرف النظـــر عن اية اعتبارات اخرى . ويبدو أن تقلص وقت الفراغ لدى القرويين النـــاجم عن تزايد ضغوط الحيـــاة وانشغال الجانب الأكبر منهم فى تدبير قوت يومهم ، والعمل بأكثر من مهنة ، هو أحد أسباب انخفاض تعرض المبحوثين الى التليفزيون ، خصوصا وانه — على خلاف الراديو — يتطلب تفرغ كامل عند التعرض وحتى اذا توافر وقت الفراغ . وهو عادة ، وقت السهرة فان التيار الكهربائى نتيجـــة لضعف المحولات وكثرة الأحمال — كثيرا ما ينقطع او يضعف بحيث يصعب معه تشغيل اجهزة التليفزيون ، وحتى اذا امكن تشغيل هذه الأجهزة ... ، فان الصورة عادة ما تكون غير واضحة خصوصا وان معظم هذه الأجهزة من النوع الأبيض والأسود مما يجعل من عملية المشاهدة امرا بالغ الصعـــوبة وباعثا للانصراف عن التليفزيون او تقليل وقت التعرض له وبالذات لدى كبار السن .

وتشير البيانات الى ان الجانب الأكبر من المبحوثين من افراد العينـــة الذين اقروا بتعرضهم للتليفزيون سواء التعرض اليومى او بالمصـــادفة ، ان معدل التعرض الغالب لا يتجاوز الساعة ، وان نسبة تعرض الفرد للتليفزيون لســـاعتين او اكثر فى اليوم لا تتجاوز (٢٠٪) من اجمالى عدد المتعرضـــين للتليفزيون ، وهو الأمر الذى يشير الى الانخفاض الواضح والمستمر فى اعتماد القرويين على التليفزيون كقناة اتصال بالمقارنة بالفترات السابقة التى اعقبت دخول وانتشار التليفزيون فى مجتمع القرية .

وتعد فترة ما بعد الظهر من الساعة الثالثة مساءا وكذا فترة السهرة ،

هى اكثر فترات المشاهدة تركيزا . ويبدو ان ذلك يعودالى ارتباط فترة ما بعد الظهر — عادة — باذاعة المباريات الرياضيـــة ، وفى المســـاء والســهرة بالمسلسلات والأفلام التليفزيونية والتى تعد لدى القرويين على ما يبدو الدافع الرئيسى لحيازة التليفزيون أو التعرض له .

وعادة ما تتم مشاهدة التليفزيون فى اطار جمعى أو اسرى ويندر أن تتم بصورة فردية حيث كثيرا ما يجلس الفـــرد لمشاهدة التليفزيون فى حضـــور الأهل او الاصدقاء ، أو الجيران وغيرهم ممن يشاركونه المشاهدة ، وعـــادة تدور المناقشـــات والتعليقات المتبادلة بينهم اثنـــاء المشاهدة . والتى كثيرا ما تأخذ روح الدعابة والسخرية والحرج احيانا من بعض المشاهد وبالذات تلك التى تخرج عن التقاليد والأعراف التى يخبرها القرويون ومن ذلك صور العناق بين الرجال والنساء والرقص وغيرها . ويعد الرجال فى ذلك اكثر شـــعورا بالسخط والحرج من النساء لدى مشاهدة هذه الصور وقد عبر العـــديد من من المبحوثين فى حوارهم معنـــا عن قرفهم واشمئزازهم من بعض ممارســـات التليفزيون وتكشف استجاباتهم عن هذا المعنى : « والله كلام فاضى ومسخرة يا استاذ » . « الواحد بيحرج لما بيبقى قاعد مع أولاده ويشوف الكلام الفاضى ده » . انـــا والله لولا الأولاد ما اخلى التليفزيون ده ، « التليفزيون خراب » الى غيرها من الاستجابات التى تكشف عن عـــدم الرضى والرفض من بعض المشاهـــد التليفزيون التى كثـــيرا ما ترد فى المسلسلات والأفـــلام والاعلانات التليفزيونيـــة التى تحظى باقبـــال واهتمام قطاع واسع من القرويين بالذات فئات النساء والشباب .

وقد دفعتنا هذه الاستجابات الى محاولة تعميق الحوار مع المبحوثين ، للوقوف على حقيقـــة الصورة الذهنية ومدى المصداقية التى يحظى بهـــا التليفزيون لدى القرويين . ويبدو ان الطريقة التى تم بها ادخال التليفزيون الى القرية ، واقتصار تشغيله فى المقاهى على المبـــاريات الرياضية والأفـــلام ، وافراط السياسة الاعلامية فى اطار الظروف التى مرت بها الدولة فى أواخر الستينيات والسبعينيات الى ترويج الصامين الترفيهية والخيالية الى ارتبـــاط التليفزيون فى اذهان العديد من القرويين بأنه وسيلة للفرجة والمتعة والانبساط وليست وسيلة ثقافية تعليمية اخبـــارية ، فالتليفزيـــون مطلوب فى البيت لا لشيىء ســوى للفخـــرة وادخال البهجة والسرور على الأولاد او لمنعهم من الاختلاط بأولاد الجيران ، أو لشغل وقت الفراغ ، أو لمنع الشعور بالوحدة . هذه النظرة الترفيهية للتليفزيون تظهر بوضوح فى الثقافة القروية فى حالـــة وفاة احد افراد الأسرة ، أو احد الجيران ، حيث يغلق التليفزيون تماما فى هذه الحالة ، ولأيام طويلة تعبيرا عن الحزن اذ لا يصح الفرجة على التليفزيون والانبساط والمتعة فى اطار هذه الثقافة ، مع ظروف الحـــزن التى يمر بهـــا الآخـــرون .

وبجانب هذه النظرة الترفيهية للتليفزيون ، لمسنا تصور متنامى ولافت للنظر لدى العديد من الفئات وبالذات لدى جماعة الفلاحين والعمال والحرفيين بل وأيضا بعض المتعلمين بالقرية بأن التليفزيون « حرام » . وقد تأكد لدينا ذلك وبصورة واضحة حينما طرحنا على المبحوثين من افراد العينة السؤال المباشر الآتى : **هل التليفزيون حلال ام حرام ؟** ويكشف الجدول التالى عن نتائج استجابات المبحوثين اللفظية عن هذا السؤال :

جدول رقم (٧)

(رأى المبحوثين فى جهاز التليفزيون)

الرأى	العـــدد	٪
التليفزيون حلال	٩٠	٤٥
التليفزيون حرام	٧٠	٣٥
لا رأى	٤٠	٢٠
المجمـــوع	٢٠٠	١٠٠٪

وتشـــير بيانات الجدول ، أن نسبة غير قليلة تصل الى (٣٥٪) من اجمالى المبحوثين ، ترى أن الفرجة على التليفزيون أصبحت « حرام » نتيجة لما يقدمه من مشاهد يعتبرونها من وجهة نظرهم خارجة عن التقاليد ويحرمها الدين . ومع ادراكنا لافتعال طرح التساؤل بهذا الشكل المباشر ، وبالتالى افتعال نتيجة الاجابة عليه ايضا ، لاحتمالية أن يتجه المبحوث وبصورة آليـــة بدافع الغيرة على الدين او الظهور بمظهر المتدين .. الخ الى اصدار حكمـــة « بحرمانيـــة » التليفزيون ،الا أن الدلالة الحقيقية حتى لمثل هـــذه الاجابة الافتعالية ، هو تأكيد وجـــود موقف رافض لدى قطاع غير قليل من القرويين نحو ممارسات التليفزيون . واذا كان هذا الرفض يبدو مظهريا او شكليا ازاء حرص الفرد على حيازة التليفزيون او التعرض له ، مما يكشف عن ازدواجية واضحة فى هذا المجال ، الا أن خطورته ، وهذا ما يعنينـــا فى مجال التـــأثير الثقافى ، تكمن فى اضعاف المقدرة التأثيرية للتليفزيون ، والنظر الى ما يقـــدمه من مضـــامين سواء فى شـــكل مسلسلات أو أفلام أو اعلانات او برامج ثقافية واخبارية على أنها اشـــياء غـــير منطقيـــة او خيـــالية ، وانهـــا فقط للفرجة والمتعـــة والتسـلية و لاعلاقة لها بدنيـــا الواقع الحقيقى ويستحيل تمثلها . وهذا ، على ما يبدو ، هو الاطار النفسى الفعلى الذى اصبحت تفهم وتفسر فى اطاره الكثير مـــن المضامين التليفزيونية وبالذات تلك المتعلقـــة بالمسلسلات والأفلام التى يكثر رواجها لدى القرويين .

ومع ذلك ، وفى اطار هذا الجو النفسى والنظرة الثقافية الى التليفزيون يستخدم الأفراد وبالذات جماعة شباب الفلاحين والحرفيين والصبية بالقرية بعض التعبيرات والمصطلحات التى ترد بالذات فى المسلسلات والاعلانات التليفزيونية للتندر واطلاق الأوصاف على بعضهم البعض ، « يا واد ياحامو » « حتسنك » ، « اصحى للون » الى غيرها من التعبيرات السوقية التى عادة ما ترد فى بعض المسلسلات التليفزيونية وتظل هذه التعبيرات تتداول لفترة ثم تختفى بعد انتهاء عرض المسلسل ليظهر مصطلح أو تعبير آخر ويختفى وهكذا .

ويكشف الحوار مع جماعة المبحوثين ، حول القنوات التليفزيونية المفضلة عن ميل الغالبية العظمى من المبحوثين الى اقرار تفضيل القناة الأولى بالتليفزيون ، ويبرر هذا التفضيل على أساس أنها « بتجيب برامج حلوة » ومع ذلك ، فان الملاحظة الميدانية لسلوك تعرض المبحوثين للتليفزيون تكشف عن عدم وجود تفضيل معين لقناة بعينها ، ولكن يرتبط الامر بما تقدمه كل قناة من مضامين تتعلق أساسا بالمسلسلات والافلام والمباريات الرياضية . فقد تبين لى مثلا أن نشرة اخبار الساعة التاسعة مساءا لم تكن تحظى بأدنى قدر من الاهتمام فى النصف الثانى من شهر رمضان بالمقارنة بالاقبال الواسع للافراد بالقرية على مشاهدة مسلسل « ليالى الحلمية » الذى بدأ يذاع فى تلك الفترة على القناة الثانية فى نفس توقيت اذاعة نشرة الاخبار على القناة الأولى .

وتتأكد هذه الملاحظة الميدانية مرة اخرى ، فى الحوار مع جماعة المبحوثين حول مدى تفضيلهم بين مشاهدة الافلام والمسلسلات العربية والافلام والمسلسلات الاجنبية اذا ما تصادف أن قدمت فى الوقت ذاته على قناتى التليفزيون الأولى والثانية ، فقد مالت الغالبية العظمى من المبحوثين وبالذات جماعة الفلاحين والعمال والحرفيين الى الاعراب عن تفضيلهم عندئذ لمشاهدة الأفلام والمسلسلات العربية ، وتكشف استجاباتهم عن هذا المعنى « يا عم احنا فهمنا عربى لما حنفهم اجنبى » ، « هيه الأفلام الاجنبية حلوة صحيح بس الواحد ما بيعرفش يتابعها كويس »، « فى الافلام الاجنبية بيبرطموا كتير وعلى ما الواحد بيجى يقرأ ما بيلحقش » ، الى غيرها من الاستجابات التى تشير الى سيادة تفضيل مشاهدة المسلسلات العربية على نظيرتها الاجنبية لدى المبحوثين ، وهى نتيجة لها دلالتها عند مناقشة تأثيرات البرامج الوافدة او الاجنبية فى القرية المصرية .

وفى محاولة للتعرف على نوعية البرامج والمضامين التليفزيونية الاكثر رواجا وانتشارا بين القرويين طرحنا على المبحوثين السؤال الآتى : **ممكن تقولى الحاجات اللى بتتفرج عليها دايما فى التليفزيون وتحب تابعها**

على طول ؟ وتكشف استجابات المبحوثين على هـذا التساؤل عن تفضيل البرامج التالية : المباريات الرياضيد ، المسلسلات العربية ، الأفلام ، البرامج الدينية « الشيخ الشعراوى ، ومصطفى محمود ، » برنامج عالم البحار ، نشرة الأخبار والاعلانات التجارية وبرامج المراة والطفل على الترتيب وفقا لمعدلات تكرارها ، وكان اللافت للنظر غياب اية اشارة الى البرامج الثقافية او التعليمية وبرامج التوعية والارشاد الزراعى وغيرها من المضامين والبرامج التى يقدمها التليفزيون ، ويلاحظ هنا ان الانتماءات الاجتماعية والمهنية تلعب دورها فى تحديد ترتيب تفضيل مشاهدة هذه البرامج ، فالنساء مثلا فضلن فى المركز الأول المسلسلات العربية فى حين يفضل الرجال المباريات الرياضية ، ويهتم الحرفيون والعمال والطلبة والتجار فى المقام الاول بمشاهدة المباريات الرياضية فى حين تحظى المسلسلات والافلام بأفضلية المشاهدة على المباريات الرياضية لدى جماعة الفلاحين والمهنيين والموظفين وهكذا .

وأيا كانت درجة تأثير التمايزات الاجتماعية والمهنية فى تحديد افضليات المشاهدة التليفزيونية ، فان المراقبة المتعمقة للاسر الخمس محل دراسة الحالة ، تكشف أن الأبناء لعبوا الدور الأساسى فى انتقاء القناة او البرنامج الذى سيجتمع حوله أعضاء الأسرة لمشاهدته ، ويلى ذلك الزوجات واخيرا يأتى دور رب الاسرة الذى يبدو ان دوره يتقلص فى هـذا المجال الى حد كبير مما يشير الى الدور البالغ الذى يلعبه الابناء فى توجيه استخدام التليفزيون فى القرية المصرية . وبالتالى مدى الاستفادة من هذه الوسيلة الاتصالية .

ويكشف الحوار مع المبحوثين حول مدى اهمية التليفزيون فى حياتهم عن ميل الغالبية العظمى من المبحوثات من أفراد العينة الى تأكيد ضرورة التليفزيون ، فى حين تباينت اراء المبحوثين من الرجال حول هذا الموضوع . فالبعض منهم وبالذات فئات الحرفيين والطلبة والتجار اشار الى ضرورة التليفزيون فى حين اشار البعض الآخر وبالذات فئات الفلاحين والمهنيين والموظفين الى عدم ضرورته ورددوا فى ذلك استجابات مثل : والله اهو ذى عدمه ، هو زينة فى البيت وبس ، مش ديما ، الى غيرها من التعبيرات التى تكشف عن تدنى مكانة التليفزيون فى حياة هؤلاء الأفراد .

ويكشف الحوار مع المبحوثين الذين عبروا عن ضرورة التليفزيون(*) ، حول جوانب استفادتهم من التليفزيون فى حياتهم عن اعادة تأكيد الاستخدام الترفيهى للتليفزيون ، كما يوضح الجدول التالى :

(*) بلغ عدد هؤلاء ١٤٠ مبحوثا فقط من اجمالى المبحوثين البالغ عددهم (٢٠٠) مبحوثا .

جـدول رقم (٨)

« أوجه الاستفادة من التليفزيون »

أوجه الاستفادة	العـدد	٪
فى التسلية وتضييع الوقت	٨٠	٥٧ر١٤
فى معرفة احوال الدنيـا	١٥	١٠ر٧٢
الواحد بيتعلم حاجات كثيرة من التليفزيون	١٢	٨ر٥٧
بيعرف الناس قرارات الحكومة	٨	٥ر٧١
بيعرف الواحد ازاى يصرف فى المشاكل	٢٥	١٧ر٨٦
المجمـــوع	١٤٠	١٠٠٪

وتكشف بيانات الجدول ان الجـانب الاكبر من المبحوثين (٥٧ر١٤٪) يستفيد من التليفزيون فى التسليـة وتضييع الوقت فى حين لم تتجاوز نسبـة الاستفادة من التليفزيون فى معرفة احوال الدنيا مثلا (الوظيفـة الاخبارية) او التعلم من التليفزيون عن (١٠ر٧٢ ٪) و (٨ر٥٧ ٪) على الترتيب ، الامر الذى يؤكد سـيادة النظرية الترفيهية والاسـتخدام الترفيهى للتليفزيون فى مجتمع القرية .

٣ — الصـحف :

ظل دور الصحف فى اطار انتشـار الامية وصـعوبة المواصلات محدودا فى القرية المصرية طوال فترة الخمسينات مع تحسن طفيف وبطىء خلال حقبتى الستينيات والسبعينيات فى اطار تزايد تواجد الموظفين واعـداد المتعلمين فى القرى وتحسـن طرق ووسـائل المواصـلات او فك عزلة الريف بصفة عامة واصبح من المألوف الآن ان نشاهد اكشـاك توزيع الصحـف فى الكثير من القرى المصرية وبالذات القرى « الام » . وفى قرية « تطـاى » يوجد موزع للجرائد ترد اليه الصحف من مركز السـنطة وتشمل مختلف انواع الجرائد والمجلات اليوميـة والاسبوعية ، وخلال حقبة الثمانينيات وفى اطار الانتعاش المـادى الذى عايشته بعض الاسر نتيجة لسياسات الانفتاح والهجرة واعادة توطين الموظفين فى قراهم ... الخ . كان يتم الاتفاق بين موزع الصحف وبعض الأسر بالقرية من مختلف الفئـات لتزويدها بجريدة او اكثر مقابل اجر مـادى يدفع فى نهاية كل شهر . اما الآن وبعد ارتفـاع أسعار الصحف ، فقد تلاشى هذا السلوك واصبح حصول الأفراد على الصحف يأتى من خلال الشراء المباشر

من مكـان توزيع الصحف سـواء فى القرية أو بالمدن المجـاورة التى يتردد الأهـالى عليها سواء للعمل أو المبادلات التجارية .

وقد اتجه الحوار بداية مع المبحوثين حول الصحف للتعرف على الصورة الذهنية لديهم حول هذه الوسيلة الاتصـالية ، حيث تبين لنا بوضوح أن القرويين يتعاملون مع الصحف منذ بداية معرفتهم بهـا باعتبارها اداة للتثقيف ومعرفة أخبـار الحكومة واحوال الدنيـا ، وأن هذا الفهم يتسـاوى لدى كافة الفئـات الاجتماعية والمهنية بالقرية ، ومع ذلك نلمس تصورا متزايد لدى عـدد غير قليـل من المبحوثين للنظر الى الصحف باعتبارها اداة للتسليـة وقضـاء الوقت وتخص النـاس المتعلمين الكبـار وسكان المدينـة وتكشف استجاباتهم عن هـذا المعنى : « الجرنال للتسلية » ، « الجرنال للمدينـة مش هنـا يا بيه » ، « الجرنال النهاردة غـالى يا عم » الى غـيرها من الاستجابات التى تشير الى التحول المتزايد فى الرؤية التقليدية للقرويين نحو الصحف وذلك فى اطـار خلو مضمونها من الاحداث الهامة أو المتعلقة بالقرويين وغلو اسـعارها وقيـام وسـائل الاتصال الاخرى بمهمة نقل الاخبار بصورة أسرع واكثر حيوية وملاءمة للقرويين .

ويظهر الحوار مع المبحوثين من مختلف الفئـات حول مدى تعودهم على قراءة الجرائد عن انخفاض ملحوظ فى معـدلات تعرضهم اليومى للجرائد ، ويوضـح الجدول التالى هذه الحقيقـة .

جـدول رقم (٨)

« درجة تعود المبحوثين على قراءة الجرائد »

درجـة التعود	العـدد	٪
يقرأها كل يوم	٤٠	٢٠
أحيـانا	٧٠	٣٥
لا يقرأها	٥٠	٢٥
لا يعرف القراءة	٤٠	٢٠
المجمـوع	٢٠٠	١٠٠ ٪

وتكشف بيانات الجدول أن (٢٠ ٪) فقط من اجمالى افراد العينة هى التى تقرأ الجرائد بصـورة منتظمة ويوميـا وحتى هذه النسبة تبدو مبالغ فيهـا وغير واقعيـة فى اطار حرص بعض المبحوثين وبالذات جماعة الموظفين والطلبة

الظهور امامنا بمظهر المتعلم او « المتنور » فى حين تكشف الملاحظة الميدانية المباشرة عن خروج اعداد غير قليلة من الأفراد عن دائرة الانتظام اليومى فى قراءة الجرائد نتيجة لارتفاع اسعارها ، وتقلص فرص تبادل الجرائد او استعارتها نتيجة لضيق الوقت واشتغال الفرد بأكثر من مهنة واحدة ، فضلا عن رتابة وروتينية المعلومات والاحداث التى تقدمها الصحف ، ومع ذلك تظل نسبة غير قليلة (٣٥٪) من اجمالى المبحوثين تقرأ الجرائد احيانا او بالمصادفة سواء بالشراء حينما تتاح لها الفرصة لذلك أو من خلال الاستعارة من الآخرين فى المواصلات واماكن العمل وغيرها .

وقد اوضح بعض المبحوثين من افراد العينة الذين قرروا عدم قراءتهم للصحف رغم توافر مهارة القراءة لديهم والبالغ عددهم (٢٥٪) من اجمالى المبحوثين انهم كانوا يقرأون الجرائد من قبل ، ثم توقفوا ، وأن سبب هذا التوقف يعود وفقا لاستجاباتهم اللفظية الى ضيق الوقت او المشغولية على حد تعبير بعض المبحوثين ، ولكن يبدو ان السبب الحقيقى وراء هذا التوقف يعود فى رأينا — الى ارتفاع اسعار الصحف ، وهو الامر الذى يكشف عنه احد المبحوثين ، وهو موظف بالجمعية التعاونية بالقرية ، بقوله : « انا حجيب ستة جنيه للجرنال كل شهر منين ، هو المرتب فيه كام ستة جنيه، ما اجيب بهم عيش لأولادى احسن » .

وقد تبدى انخفاض معدل تعرض المبحوثين للصحف بالقرية مرة أخرى ، عندما عاودنا طرح السؤال الآتى عليهم : **يا ترى آخر مرة قرات فيها الجريدة كانت امتى ؟** فقد ذكر الجانب الاكبر من المبحوثين الذين اقروا بقراءة الجرائد ، ان ذلك كان من يومين ثلاثة ، وتدنى الى حد كبير نسبة من اشار الى « اليوم » او حتى « امس » ، وحصرا ، بلغ عدد هؤلاء «٢٠» مبحوثا من اجمالى (١١٠) مبحوثا اقروا بقراءتهم للجرائد ، الامر الذى يؤكد مرة اخرى انخفاض معدلات الانتظام اليومى فى قراءة الجرائد لدى القرويين على اختلاف فئاتهم المهنية .

وقد حرص الجانب الاكبر من المبحوثين ، ممن يقرأون الصحف ، فى حديثهم معنا حول عدد الجرائد التى يقرأونها ومصدر الحصول عليها ، على تأكيد انهم يقرأون اكثر من جريدة واحدة ، وانهم يشترون هذه الجرائد وهو اقرار ينبغى أن يأخذ بشيء من التحفظ فى اطار محاولة البعض وبالذات فئات الموظفين والمهنيين والطلبة الظهور امامنا بمظهر المتعلم الذى يقرأ اكثر من جريدة والقادر على شرائها ، وليس العاجز عن هذا الشراء ، على ضوء نزعة المظهرية أوحب المجاراة ، التى توجه حديث هؤلاء الافراد باعتبارهم من مثقفى القرية ، وهو امر يتناقض تماما مع المعطيات الواقعية وبيانات الملاحظة الميدانية ، التى تكشف ان جانبا كبيرا من الافراد ، وبالذات جماعة

الفلاحين والعمـــال والموظفين وبالتحديد من متوسطى وكبار السن من أعضاء هذه المهن ، تقرأ جريدة واحدة ، ومن خلال الاستعارة من الآخرين .

وبصرف النظر عـــدد الجـــرائد التى يقرأها المبحـــوثون ، أو مصـــدر الحصول عليهـــا ، فان الامر الاكثر أهميـــة يتعلق بالوقت المستغرق عـــادة فى قراءة الجريدة ، ويظهر الحوار فى هـــذا الجانب ، أن وقت الفراغ المتاح وليس طبيعة المضـــامين المثارة ، هو العنصر الحاسم فى تحديد مدة تعرض الفرد للجريدة ، وهو أمر يتفق مع الصـــورة الذهنيـــة التى توجه تعـــامل القرويين مع الصحف ، على النحو الذى أشرنا اليه من قبـــل ، فالمســـألة ما هى الا مســـألة تسلية وقضـــاء وقت الفراغ والالمـــام ببعض القرارات التى تتخذها الحكومة فاذا ضـــاق وقت الفراغ قلت مدة القراءة أو حتى أهملت الصحيفة تماما . وعلى ضـــوء هـــذه الحقيقـــة ، أقر الجـــانب الاكبر مـــن المبحوثين بنسبة (٥٥٪) أن الوقت المستغرق فى قراءتهم للجريدة يتوقف على الوقت المتـــاح للفرد « حسب الظروف ولم تتجاوز نســـبة من أقر بقراءته للجريدة لمدة ســـاعة أو أكثر عن (٢٠٪) وأشـــار بقية أفراد العينة (٢٥٪) الى معدلات منخفضـــة للوقت المستغرق فى القـــراءة ، يتراوح بين خمس دقائق ونصف ســـاعة وهى معدلات لا تكفى الا للالمام السريع بموضـــوعات الجريدة دون تدقيـــق أو تمحيص .

وتكشف الملاحظات الميدانية ، أن للاختلافات الاجتماعية والمهنية بين الأفراد علاقة مباشرة بالوقت المستغرق فى قراءة الجريدة ، فالذكور أكثر تفوقا من الاناث فى الوقت المستغرق فى قراءة الجريدة ، كمـــا أن جمـــاعة الشيوخ (٦٠ ســـنة فأكثر) أقل تعرضـــا من حيث الوقت المستغرق فى قراءة الصحيفة من الشباب ومتوسطى العمر ، رغم توافر الوقت لديهم نتيجة لضعف حاسة الابصـــار لديهم ، كذلك ، فان جمـــاعة الموظفين والمهنيين والحرفيين على الترتيب تعتبر نسبيا من أكثر الفئـــات المهنية اســـتغراقا فى قراءة الصحف بالمقارنة بفئات أخرى مثل العمال والفلاحين والطلبة والتجار .

وأيا كانت هـــذه الاختلافات ، فان المراقبة المتعمقة لمسلك القراء على اختـــلاف انتماءاتهم الاجتماعيـــة والمهنية فى التعـــامل مع الصحف يؤكد تدنى الوقت المستغرق بصفـــة عامة فى قراءة الصحف ، حيث عادة ما يقوم الفرد بتصفح سريع للعنـــاوين الرئيسية لصفحات الجريدة أو انتقاء مضـــامين معينة دون سواها يغلب عليها هنـــا ، الصفحات الرياضية ، والحوادث ، والاخبار الداخلية وفقـــا للاهتمامات المختلفة .

ويظهر الجـــانب الاكبر من المبحوثين فى اســـتجاباتهم عن تساؤلنـــا **يا ترى أنت متعـــود تقرأ جـــريدة معينـــة بالـــذات ولا اى جـــريدة ؟**

ميلا واضحا لتأكيد ارتباطهم بجريدة معينة ، وتأكد لدينا هـذا الميل بمراقبة مسلك القراء فى تعاملهم مع موزع الجرائد بالقرية ، حيث يفضل الأفراد شراء جريدة بعينها ، ويبدو ان هذا التفضيل يعود فى المقام الاول الى عامل التعود ، بصرف النظر عن أية اعتبارات أخرى قد تتعلق مثلا بالمصـداقية ، أو نوعية كتاب الجريدة ومواقفهم ، أو المضمون أو الاخراج ... الخ . وكان من اللافت للنظـر أن يتجه بعض المبحوثين من جماعـة الحرفيين الى تأكيد ارتباطهـم بجريدة معينـة بسبب ميولها الرياضية .

ويبدو ان مركز المجلات الاسبوعية فى القرية ضـعيف الى أقصى حـد لدرجة ان ورود هذه المجلات الى موزع الصحف بالقرية يقتصر على الاتفـاق المسبق مع الموزع على احضـارها وتتحـدد اسـاسا فى مجـلة الاذاعة والتليفزيون ، يبـدو بسبب البرامج التعليمية التى تنشرها هذه المجـلة ، وآخر سـاعة ، والاهلى الرياضى وقد برر العـديد من المبحوثين أسباب عدم اقبالهم على قراءة المجلات لعوامل تعود الى ارتفاع أسعارها وعدم وجود وقت لديهم واكتفائهم بقراءة الجرائد افضل .

وقد اظهر عـدد قليـل من المبحوثين بين جماعـة الفلاحين والعمـال والحرفيين وبالذات النسـاء منهم ، عجزا واضـحا فى القدرة على حصر أسمـاء بعض الجرائد الحزبيـة الموجـودة فى السـوق ، وقد تزايد هـذا العجز بين الفئـات المهنيـة الاخرى حينمـا طلب منهم تحديد يوم صـدور كل جريدة حزبية ، ولم نصـادف حالة واحدة بين جمـاعة المبحوثين على اختلافهم استطاعت حصر جميع الصحف الحزبيـة ويوم صدور كل منهـا مما يشـير الى ضعف مركز هذه الجرائد ايضـا فى مجتمع القرية ، ومع ذلك يمكن القول ان اسـماء جرائد الوفد والشعب والاهالى على الترتيب معروفة لدى نسبة غير قليلة تصل الى (٤٠٪) من جمـاعة المبحوثين القادرين على القراءة فى عينـة البحث .

بيد ان اللافت للنظر ، هو ذلك المركز المتصـاعد الذى تحتله جريدة الوفد ، وبالذات بعد صـدورها اليومى ، فقد أصبح مركز هذه الجريدة فى مجتمع القرية ينـافس مركز الصحف القومية مثل الاخبار ، الجمهـورية والاهرام ، ذات التاريخ الطويل فى مجتمع القرية ، وفى اطار ارتفـاع أسعار الصحف ، وانخفاض ظاهرة شراء الفرد لأكثر من جريدة واحدة ، كثـيرا ما يقارن الفرد لحظة الشراء بين شراء جريدة الوفد أو الجريدة القومية التى تعود شرائها ، وكثيرا ما يميـل الى شراء جريدة الوفد فى اطار تنـوع موضوعاتها بعد أن أصبحت يومية ، وما تحمله من عنـاوين وانتقادات صارخة لممارسات الحكومة ، وانحرافات بعض المسـئولين ، على النحو الذى يستهوى القرويين ويفضلونه ، ولا تقوم به الصحف اليوميـة الاخرى ، ويدعم ذلك

انخفاض نسبة مرتجعات جريدة الوفد التى ترد الى موزع الصحف بالقرية حيث يصل حوالى (١٢٠) نسخة يوميا من الجريدة تباع جميعها يومى الاحد والخميس (حيث يعقد سوق القرية) ولا يتجاوز حجم المرتجعات فى بقية أيام الاسبوع عدد يتراوح بين ٢٠ — ٢٥ نسخة ، وكذلك اختفاء هذه الجريدة فى الساعات الاولى من الصباح عند ورودها الى القرية لدى حدوث أزمة أو أحداث هامة كتغير الوزارة ، أو وقوع حادثة اغتيال أو اطلاق نار أو حريق ضخم مثل الحريق الذى وقع بمبنى التليفزيون أو فندق شيرتون المطار مؤخرا . فى هذه الاحوال يرتفع مركز الصحف الحزبية ، ويتزايد اقبال الافراد عليها بحثا عن اية معلومات تؤيد الاشاعات التى تتناقلها مصادر الاتصال الشخصى لمثل هذه الاحداث ، أو ما يخالف الرواية الرسمية التى تتناقلها أجهزة الاعلام الحكومية ، ويظل الامر هكذا متى ظل الحدث ساخنا ثم ما تلبث الامور فى العودة الى سيرتها الطبيعية حيث يضعف مركز الصحف الحزبية ، ويعود مركز الصحف القومية الى وضعه الطبيعى والمعتاد باعتبارها الصحف الاكثر رواجا وانتشارا .

وقد اتجه الحوار مع المبحوثين للتعرف على نوعية المضامين المفضلة لديهم فى الجرائد التي يقرأونها ، وتحدد السؤال على النحو التالى : **يا ترى ايه الموضوعات اللى بتحب تقراها دايما فى الجريدة اللى بتقراها ؟** وتكشف استجابات المبحوثين اللفظية على هذا التساؤل عن رواج ترديد الموضوعات التالية : الرياضة ، والاخبار الداخلية والخارجية ، والحوادث وجدول برامج الاذاعة والتليفزيون ، والوفيات ، ذلك لدى كافة الفئات المهنية والاجتماعية دون تمايزات الامر الذي يعيد تأكيد ما سبق أن أشرنا اليه من قلة الوقت المستغرق فى قراءة الجريدة وتنامى نظرة التسلية الى الجرائد لدى القرويين عوضا عن النظرة التقليدية المعروفة لديهم عن الصحف باعتبارها أداة للتثقيف ومعرفة أخبار الدنيا وأحوال الحكومة . ويبدو أن لروتينية الاخبار التى تنشرها الصحف وركود الاحداث فى المجتمع بصفة عامة ، وانصراف جل مضمون الصحف عن مناقشة قضايا ومشاكل القرية المصرية له علاقة بهذا التغيير فى نظرة القرويين الى الصحف واسلوب تعاملهم معها .

وقد عاودنا التأكد من صحة هذه الحقائق مرة اخرى ، عندما جرى طرح السؤال الآتى على المبحوثين من القراء ، **طب اول مبتمسك الجريدة متعود تقرأ فيها ايه بسرعة وبعدين ايه بالتفصيل ؟** وهنا عاود المبحوثين على اختلافهم ، الحديث عن قراءة العناوين (المانشتات) بسرعة ثم قراءة أخبار الرياضة والجريمة بالتفصيل واللافت للنظر هنا غياب اية اشارة الى المقالات الافتتاحية أو السياسية وكتاب الاعمدة الثابتة ،

مما يشير الى تدنى المهمـــة التثقيفيـــة او التوجيهيـــة للصحف فى القرية المصرية .

ومع ذلك ، يبدو أن الصحف كأداة اتصـــالية قد استقرت كظـــاهرة اجتماعية فى حيـــاة القرويين ، وقد تبدى ذلك بوضـــوح عندما طرحنا على المبحوثين الســـؤال الآتى : **هل النـــاس فى البـــلد ممكن أن تستغنى عن الجـــرائد** ؟ حيث مالت النسبة الغالبـــة من جماعـــة القراء وبالذات فئـــات الموظفين والمهنيين وبعض الحرفيين الى النفى وتأكيد اهمية وجود الجرائد وعدم القـــدرة على الاستغناء عنها . ويبدو ان سبب تمســـك هـــؤلاء الأفراد بالصحف رغم فقدان مصداقيتها وتراجع مركزها الاتصـــالى بالمقـــارنة بالوسائل الاتصـــالية الأخرى يعود الى استفادة بعض الجماعات بالقرية من الصحف فى تدعيم قدراتها الاتصـــالية ، وخلـــق موضـــوعات للحـــوار مع الآخرين(١) . والظهور أمام الآخرين بمظهر « العـــارف » و « المثقف » الذى يقرأ الجرائد ويحملها معه فضـــلا عن المهام الاخرى التى تقوم بها الصحف فى مجال الاعلان عن فرص العمـــل فى الداخل والخـــارج خصـــوصا مع تزايد البطالة ، وفى التسلية وتضييع الوقت ومعرفة مجريات الأمور فى الدولة بصفة عامة حتى من قبيـــل الفرجة والالمـــام بالشىء بصرف النظر عن مدى صـــدقه او جديته .

٤ — اشرطة التســـجيل :

بدأ ظهور اجهزة التسجيل فى القرية المصرية بصورة ملحوظة منـــذ النصف الثانى من حقبتى السبعينيات مع تنامى نطاق ظاهرة الهجرة المؤقتـــة للقرويين للعمل بالدول العربية المجاورة بالذات الى ليبيـــا والعراق والأردن وغيرها ، حيث كان يحرص البعض وبالذات جماعة الفلاحين والحرفيين على شراء جهاز تســـجيل عند عودة كل منهم من الخارج ، وقد تزايد انتشـــار هذه الاجهزة ورواجها بعـــد ذلك فى القرية المصرية بعـــد اتساع نطاق ظاهرة الهجرة والانفتـــاح والرواج المـــادى بالقرية حتى اصبحت اليوم احد معالم مكونات بنيـــة الاتصـــال الهامة بالقرية المصرية .

وقد اقر الجانب الاكبر من المبحوثين بنسبة (٥٥٪) من اجمـــالى افراد

---

(١) تكشف الملاحظة الميدانية المباشرة هنـــا ان الصحف تلعب بالذات الدور الاساسى فى تغذية انمـــاط الاتصـــال الشخصى بالمعلومات ، حيث كثيرا ما يستعين الأفراد من جمـــاعة قراء الصحف فى ابداء وجهة نظرهم فى القضايا والمشكلات المختلفـــة بما قد تطرحـــه الصحف من مواقف وتصورات بصرف النظر عن مـــدى اقتناع الأفراد بهـــا ، وهو الأمر الذى ينبغى أن يأخذ فى الحســـبان عنـــد مناقشة تأثير أدوات الاتصـــال وتحديد مركز وفاعلية كل أداة فى النظام الاتصـــالى بالقرية .

العينـــة البالغ عـــددهم (٢٠٠) مبحوثا بحيازتهم لأجهزة التسجيل ومع ذلك ، فان نسبة التعود أو الانتظام فى سماع شرائط هـــذه الاجهزة تبـــدو منخفضة نسبيا بالنظر الى حداثة هذه الاجهزة من جهـــة ، والارتفاع النسبى فى نفقات تشغيلها بسبب ارتفاع أسعار الشرائط من جهـــة أخرى ، ويكشف الجدول التالى عن هذه الحقيقة :

جـــدول رقم (٩)

(درجة تعود القرويين على سماع شرائط التسجيل)

درجة التعود	العـــدد	٪
دائمـــــا	٧٠	٣٥
احيـــانا	١٢٠	٦٠
لا يسمعها	١٠	٥
المجمـــــوع	٢٠٠	١٠٠٪

ويكشف البيانات أن (٣٥٪) فقط من اجمـــالى المبحوثين أقر بتعوده على ســـماع شرائط التســـجيل بانتظام . فى حين أن النســـبة الغالبة (٦٠٪) أوضحت انهـــا تستمع الى هـــذه الشرائط بصورة غـــير منتظمة أو أحيانا . ولم تتجاوز نســـبة من لا يستمع الى هذه الشرائط على الاطلاق (٥٪) من اجمـــالى المبحوثين وقد ارجعوا ذلك الى أسباب تعود الى عدم حيازة جهاز تســـجيل أو عدم التعود ... الخ .

وكان من الطبيعى أن نعاود التثبت من معدلات تعرض المبحوثين لأجهزة التسجيل ازاء اقرار الغالبية (٦٠٪) باستماعها الى هذه الاجهزة بصورة غير منتظمـــة « احيـــانا » على النحو الســـابق ، ولذا طرحنا عليهم السؤال الآتى : **يا ترى آخـــر مرة استمعت فيهـــا لشرائـــط التسجيل كانت امتى ؟** وتكشف استجابات المبحوثين اللفظية على هذا التســـاؤل عن انخفاض معدلات التعرض اليومى أو المنتظم لأجهزة التســـجيل ، فقد اختفت تماما نسبة من اشـــار الى « اليوم » اى يوم اجراء الحوار ذاته ، ولم تتجاوز نسبة من اشار الى « امبـــارح » (٢٥٪) من اجمـــالى المبحوثين ، واظهرت بقية الاستجابات مدة زمنيـــة أطول تراوحت بين « من يومين ثلاثة » « واسبوع » واكثر من اسبوع و « شـــهر » ممـــا يؤكد انخفاض معدلات التعرض اليومى أو المنتظم لأجهزة التســـجيل .

وتكشف المشاهـــدات الواقعية لمسلك القرويين فى التعامل مع أجهـــزة

التسجيل ان للتمايزات الاجتماعية والمهنية علاقة مباشرة بمعدلات التعرض المنتظم لهذه الوسيلة الاتصالية فالشباب اكثر انتظاما فى التعرض لأجهزة التسجيل من متوسطى وكبار السن ، كما أن النساء وبالذات ربات البيوت اكثر من الرجال اقبالا على سماع اشرطة التسجيل كذلك ،فان جماعة الحرفيين والعمال والتجار تعد من اكثر الفئات المهنية انتظاما فى سماع اشرطة التسجيل وهكذا .

وفى محاولة للتعرف على مدى ارتباط القرويين بأجهزة التسجيل او حاجتهم اليها ، توجهنا الى المبحوثين بالسؤال الآتى : **لو قعدت فترة طويلة ما تسمعش فيها لشرائط التسجيل ياترى تشعر بحاجة ؟** ويكشف الجدول التالى عن نتائج استجابات المبحوثين اللفظية على هذا التساؤل :

جدول رقم (١٠)

« نتائج عدم استماع القرويين لأجهزة التسجيل مدة طويلة »

النتيجة	العدد	٪
اشعر بملل	٦٠	٣٠
ولا حاجة عادى	١٤٠	٧٠
المجموع	٢٠٠	١٠٠٪

وتوضح بيانات الجدول ان نسبة لم تتجاوز (٣٠٪) فقط من اجمالى المبحوثين ، هى التى اكدت شدة ارتباطها بأجهزة التسجيل ولذلك فهى تشعر «بملل» فى حالة انقطاعها عن سماع هذه الاجهزة لفترة طويلة ، وهو أمر يؤكد من ناحية دقة البيانات السابقة التى اشرنا اليها من قبل حول انخفاض معدلات التعرض المنتظم لأجهزة التسجيل فى القرية ، ومن ناحية أخرى الى الدور الترفيهى الذى تلعبه هذه الاجهزة فى حياة القرويين من ناحية أخرى ، فى حين أوضحت الغالبية العظمى (٧٠٪) من اجمالى المبحوثين أن عدم استماعها الى اجهزة التسجيل مدة طويلة لا يعنى شيئا « ولا حاجة عادى » . ذلك أن اجهزة التسجيل ترتبط فى أذهان هؤلاء الافراد بأنها أداة للترفيه والمتعة وسماع الاغانى والمواويل وقصائد المديح والقرآن الكريم ، ولما كا نالفرد منهم يستطيع الاستماع الى بعض هذه الاشياء من وسائل أخرى كالراديو مثلا أو أن هذه المضامين لا تلبى لهم حاجة فعلية فى اطار انهماكهم فى تدبير قوت يومهم ، فان عدم الاستماع الى أجهزة التسجيل

لا يجعل الفرد منهم يشعر بأن شيئا ينقصه وهو المعنى الذى عبر عنه بعض المبحوثين بقولهم « حد فايق يا أستاذ للمسجلات » .

والاستماع الى شرائط التسجيل نشاط يمارسه الفرد فى أماكن متعددة يأتى على رأسها البيوت ، وذلك بسبب يعود الى ارتفاع معدلات حيازة الأفراد لأجهزة التسجيل ويلى ذلك ، محلات البقالة والحياكة ، والمقهى التى عادة ما يترك أصحابها أجهزة التسجيل تعمل بها طوال اليوم وبصوت مرتفع نسبيا ، ثم فى المواصلات ووسائل النقل حيث يحرص السائقون على تركيب جهاز تسجيل فى المركبة التى يعملون عليها مع حيازة كمية كثيرة ومتنوعة من الشرائط « لزوم التسلية فى الطريق » على حد وصف أحد المبحوثين وأخيرا لدى الجيران .

وقد اتجه الحوار مع المبحوثين بعد ذلك للتعرف على نوعية الشرائط المفضلة لديهم ، وطرحنا عليهم السؤال الآتى ، **تقدر تقولى اسماء الشرائط اللى بتفضل دايما تسمعها ؟** ووفقا لاستجابات المبحوثين على هذا التساؤل ، تأتى شرائط الاغانى فى المرتبة الاولى « أم كلثوم ، محمد عبد الوهاب عبد الحليم حافظ ، نجاة — فايزة على الترتيب » ويلى ذلك فى المرتبة التالية الشرائط الدينية ويأتى على رأسها شرائط القرآن الكريم وبالذات شرائط الشيخ الطبلاوى ، وعبد الباسط ، وشرائط الشيخ كشك ، والمديح النبوى ، وفى المرتبة الثالثة تأتى شرائط المواويل الشعبية التى تحكى قصص وحكايات شعبية بأسلوب انشادى واللافت للنظر هنا أن بعض المبحوثين وبالذات جماعة الحرفيين قد تحاشوا أمامنا ترديد أسماء شرائط مثل عدوية ، وحسن الاسمر ، وعبد العمدة ، وعلى حميدة « لولاكى » وهى نوعية من الشرائط تتميز بالميوعة والخلاعة ، رغم كثرة وتكرار استخدامها بطريقة يلمسها بوضوح أى متجول فى شوارع القرية ، الامر الذى يشير الى الدور البالغ الذى أصبحت تلعبه هذه الشرائط فى الثقافة المحلية واهمية اجراء تحليل لمضمونها .

٥ — الفيديو :

بدأ الفيديو يظهر بصورة ملحوظة فى القرية المصرية فى أواخر السبعينيات ومطلع الثمانينيات ، وقد اقتصر ظهوره فى البداية على عدد محدود من المقاهى التى سعت الى زيادة عدد روادها الذى انخفض بشكل ملحوظ نتيجة انتشار أجهزة التليفزيون فى البيوت وذلك من خلال عرض الافلام وبالذات تلك المتعلقة بالعنف والجنس التى تستهوى جماعة الشباب وخصوصا فئات الحرفيين والطلبة ، ثم أخذت هذه الاجهزة فى الانتشار خلال حقبة الثمانينيات نتيجة لعمليات الهجرة والانفتاح التى بدأت آثارها تظهر بوضوح

فى القرية المصرية خلال هذه الحقبـــة واصبح حيـــازة جهاز الفيـــديو مظهر من مظاهر المكـــانة والتفاخر بالقرية .

وتوضـــح بيـــانات الحصر الشـــامل لعـــدد حائزى جهاز الفيـــديو بقرية «تطاى» عن وجود ما يقرب من (٣٠) جهاز فيديو بالقرية يمتلكها الافراد ، تلاحظ أن غالبيتهم من جمـــاعة الموظفين والمهنيـــين والحرفيين الذين عملوا بالخارج . بيـــد أن أثر هـــذه الاجهزة لا يتحدد فقط فى عـــدد حائزيها أو حتى أسرهم ولكن يمتـــد ليشمل قطـــاع أوســـع حيث عـــادة ما تأخـــذ المشاهدة هنـــا طابعا جماعيا ، حيث يتم دعوة الاقارب والاصـــدقاء والجيران للمشـــاهدة الجمـــاعية للفيلم ، بل أن الملاحظة الجديرة بالاشـــارة هنـــا ، هو أن بعض حائزى هذه الأجهزة لديهم جهاز للارســـال « هوائى » يتيح نقل الفيلم المعروض بالفيديو الى اجهزة الاستقبال التليفزيونى فى البيوت الاخرى المجـــاورة وفى دائرة غير قليلة من المنطقة الواقع فيهـــا جهاز الفيديو المرسل وبهذه الطريقة أمكن حل مشـــكلة اســـعار شرائط الفيـــديو حيث كثيرا ما يتم الاتفاق بين أهل المنطقة على الاشتراك فى دفع نفقات شراء شرائط الفيـــديو الجديدة مقـــابل استمتاعهم بالمشـــاهدة وهم جلوس فى بيوتهم ، ويتـــولى ادارة هذه العمليـــة وجمع الاشتراكات صاحب جهاز الفيديو المرسل ويحقق من وراء هذه العملية فائضا ماليـــا مربحا .

وقد ارتبطت الصـــورة الذهنيـــة لدى القرويين بالفيديو بالطريقـــة التى تم بها ادخال الفيديو الى القرية وبالذات طريقة استخدامه فى المقاهى حيث كان يكثر عرض أفلام العنف والجنس ومن هنـــا ينظر الكثير من القرويين الى الفيديو على أنه جهـــاز « للفرفشـــة » « والمتعة » ويتبين ذلك بوضوح فى تحرج البعض وبالذات النســـاء عند الحديث معهم حول مدى حيازتهم لجهاز الفيديو « يا عم الفيديو ده كلام فاضى » ، « هو احنـــا بنوع فيديو برده » ، « جـــد رايق للفيديو » « الفيديو له ناســـه » « النسوان عينها بقت جامدة وبتحب تتفرج على الفيديو » « والله الفيـــديو ده حرام » الى غـــيرها من الاستجابات التى تكشف عن عمق النظرة الترويحية والخارجة لدى القرويين عن الفيـــديو .

ويظهر الحوار مع المبحوثين من افراد العينـــة حول مدى تعودهم على مشـــاهدة الفيـــديو عن انخفاض نسبى فى معدلات التعود على مشـــاهدة الفيديو بين القرويين ويكشف الجدول التالى عن هذه الحقيقة .

جـدول رقـم (١١)

« درجة تعـود القرويين على مشاهدة الفيديو »

درجة التعـود	العـدد	٪
دايمـا	١٠	٥
احيـانا	٧٠	٣٥
لا	١٢٠	٦٠
المجمـوع	٢٠٠	١٠٠٪

وتشـير بيانات الجدول أن (٥٪) فقط من اجمـالى المبحوثين هى التى تشـاهد الفيديو بصـورة دائمة ومتعمقة ، وان (٣٥ ٪) تشاهد الفيديو من حين لآخر أو « حسـب وقت الفراغ والظروف » فى حين أن (٦٠٪) من اجمـالى أفراد العينة قررت بأنها لا تشـاهد الفيديو . بيد أن اللافت للنظر عند تعميق الحوار مع هؤلاء الأفراد حول اسباب عـدم مشـاهدتهم للفيديو هو ميل الجانب الاكبر منهم الى الحديث عن ضيق الوقت وعـدم الفراغ ، بمـا يعنى استعدادهم لمشاهدة الفيديو اذا ما توافر هذا الوقت ، رغم حديث بعضـهم السـابق حو لتحريم وابتذال الفيـديو ورواده ، مما يكشف عن ازدواجية واضحة فى موقف هؤلاء ازاء الفيـديو ، وهى الازدواجية التى يبدو أنها تسـيطر على سلوك وتصرفات القرويين فى الكثير من مناحى الحيـاة فى الوقت الراهن .

وقد انجه الحـوار مع جمـاعة المبحوثين الذين اقروا بمشـاهدتهم للفيديو والبالغ عـددهم (٨٠) مبحوثا للتثبت من معدلات تعرضهم للفيديو ؛ وطرحنـا عليهم السـؤال الآتى : **يا ترى آخر مرة تفرجت فيها على الفيديو كانت امتى ؟** حيث مالت النسبة الغالبـة من هـؤلاء المبحوثين الى ترديد عبارات من قبيل « من يومين ثلاثة » « من عشرة ايام » ، « من شـهر » « مش فاكر والله » ، ولم تظهر بين استجابات المبحوثين من اشـار الى « اليـوم » أو « امس » ، الامر الذى يشـير الى انخفاض معدلات التعود على مشـاهدة الفيديو وارتباط هذه المشـاهدة بتوافر اشرطة الفيـديو من ناحية والوقت المتاح للفرد من ناحية اخـرى .

ومشـاهدة الفيديو نشـاط اصـبح يمارسه القرويون فى اماكن متعددة فى البيوت ، ولدى الاصـدقاء والجيران وفى المقهى ومع أن المشاهدة تتم فى اطار جمعى كمـا اشرنا من قبل الا أن الجميع يجلسون ، وايديهم لا تخلو من

أكياس اللب والسودانى « لزوم القعدة والتسلية » وعيونهم مشدودة الى شاشة التليفزيون ، حيث لا تتم مناقشة مضمون الوقائع وأحداث المشاهدة بينهم باستثناء بعض الضحكات والنكات التى تظهر بين الحين والآخر من بعض الجلوس وبالذات الرجال حول بعض المشاهد الخارجة وبالذات تلك المرتبطة منها بالعلاقة بين المرأة والرجل .

وقد أظهر المبحوثون قدرة واضحة على تذكر وقائع آخر الافلام التى شاهدوها على الفيديو ، حينما وجهنا اليهم السؤال الآتى : **تقدر تقولى آخر مرة تفرجت فيها على الفيديو كانت بتتكلم عن ايه ؟** ومع ذلك فقد تدنت هذه القدرة الى حد كبير حينما طلب منهم تذكر أسماء هذه الافلام أو ممثليها . واكتفى المبحوث برواية ملخص للقصة مما يشير الى ارتفاع درجة انتباه المبحوثين وحرصهم الشديد على متابعة وقائع ما يشاهدونه من افلام وتأثير ذلك على تصوراتهم ورؤيتهم للعالم المحيط بهم ومن ثم على تصرفاتهم فى مجرى الحياة اليومية .

كما أظهر المبحوثون ميلا واضحا لتفضيل الافلام الهندية عندما طرح عليهم السؤال الآتى : **يا ترى ايه اللى بتحب تتفرج عليه فى الفيديو أكثر ؟** ويكشف الجدول التالى عن هذه الحقيقة .

جدول رقم (١٢)
« تفضيل القرويين لأفلام الفيديو »

نوع التفضيل	العدد	٪
افلام مصرية	٢٠	٢٥ر٠
افلام هندية	٥٥	٦٨ر٧٥
افلام اجنبية	٥	٦ر٢٥
المجموع	٨٠	١٠٠٪

وواضح من بيانات الجدول أن الغالبية العظمى من المبحوثين الذين أقروا بمشاهدتهم للفيديو بنسبة (٦٨ر٧٥٪) يفضلون مشاهدة الافلام الهندية ذات الطابع التجارى ، والتى يغلب عليها طابع العنف ، والرقص والاغانى ، وصور البطل الخارق والمعجزة الذى يحارب الظلم ويحاول نصرة الحق وغيرها ، وهى أمور تستهوى المشاهدين فى اطار الثقافة الشعبية السائدة وضغوط الحياة التى يعيش فى اطارها الجانب الاكبر من

القرويين فى حين مالت نسبة لم تتجاوز (٢٥ ٪) من اجمالى المبحوثين المشاهدين للفيديو الى تأكيد تفضيلها لمشاهدة الافلام المصرية ، حيث تحظى افلام « اسماعيل يس » المقدمة ، وكذلك افلام « عادل امام » الذى يغلب عليها الطابع الكوميدى بأفضلية خاصة على غيرها من الافلام المصرية ، وتدنت الى حد كبير نسبة تفضيل مشاهدة الافلام الاجنبية ، ولم تتجاوز (٢٥ر٦ ٪) من اجمالى الافلام المفضلة ، وتحددت أساسا فى سلسلة افلام « جيمس بوند » و « الفك المفترس » و « برسلى » على النحو الوارد فى استجابات المبحوثين الذين أقروا بتفضيل مشاهدتهم للافلام الاجنبية . وأيا كان الامر ، فان هذه الافلام ، كما هو الحال فى شرائط التسجيل فى حاجة الى تحليل للمضمون للتعرف على نوعية التصورات والقيم التى تروجها بين القرويين .

٦ — مكبرات الصوت :

يعد مكبر الصوت من أهم وأبرز مكونات بنية الاتصال بالقرية المصرية، حيث لا يقتصر دوره فقط على مجرد تضخيم الصوت البشرى وتوصيله الى دائرة واسعة لأهالى المنطقة أو الجهة التى يعمل فيها ، ولكن أيضا تستخدمه قنوات الاتصال الاخرى بالقرية لنشر وتضخيم مضمونها ليسمعه قطاع واسع من الجمهور كان سيحرم من هذا المضمون بدون مكبر الصوت. فكثيرا ما يركب جهاز التسجيل على مكبر الصوت لينتقل المضمون الى قطاع واسع من البيوت دون مشقة أو جهد أو حاجة الى امتلاك جهاز التسجيل ، كما يحدث هذا مع جهاز الراديو وبالذات فى نقل شعائر الصلاة أو رفع الأذان أو الاغانى من الراديو ... الخ . كما تستخدمه قنوات الاتصال الشخصى الرسمية وغير الرسمية فى توصيل ما تريد الى الجمهور الواسع فى سهولة ويسر ، باختصار ، يعد مكبر الصوت بمثابة اذاعة محلية داخلية لها دورها فى نقل وترويج المعلومات والاخبار داخل القرية .

وقد اقتصر استخدام مكبر الصوت منذ بداية عهده بالقرية المصرية ، على احياء مناسبات الوفاة « المعزه » والموالد « ليالى المشايخ » والافراح التى تحيها كبار العائلات فى القرية بمناسبة الزواج أو الميلاد وغيرها حيث يتولى احد الأفراد المتعهدين بتجهيز مكان احياء المناسبة بالتوصيلات الكهربائية وبماكينة توليد الكهرباء ولمبات النيون ، ومكبرات الصوت التى تقام على أسطح المنازل المجاورة لمكان المناسبة ، وذلك فى مقابل أجر متفق عليه .

وفى قرية « تطاى » تولت احدى الاسر وهى اسرة « سليمان الباجورى » منذ أواخر الخمسينيات ادارة هذه العملية حيث توافر لديها عدد «٢» مكبر

صـوت بمشتملاتها « الهورن + الميكروفون » وماكينة توليـد الكهرباء فضلا عن متطلبـات احياء المناسبة الاخـرى وحاليا ، تعلن هذه الاسرة فى مقدمة كل حفـل عن شركة « أولاد سـليمان الباجورى لمكبرات الصوت » ، حيث اصبحت تمتلك عـدد (٤) مكبر صوت و (٣) ماكينـة توليـد الكهرباء تستخدم فى احيـاء المناسبات المختلفة سواء بالقرية او القرى والعزب المجـاورة ، ومنذ مطلع الثمانينيـات تزايد انتشـار اجهزة مكبرات الصوت حيث اتجهت بعض المسـاجد لشراء هذه الاجهزة وأصبحت واحـدة من أهم محتويات المسجد ، ويبلغ عـدد المساجد التى ادخل فيها مكبر الصوت بالقرية ثلاثة مسـاجد .

وتستخدم مكبرات الصوت الموجـودة بالمساجد الثلاثة وبالذات مكبـر الصوت الموجود بالجامع الكبير (وهو اكبر مسجد بالقرية ويقع فى وسطهـا تماما) بالاضافة الى رفع الأذان فى مواقيتهـا ، ونقل شعائر الصلاة وبالذات خطبة الجمعة فى اذاعة الأخبار والأحداث الهامة التى تقع فى البلد ، مثل الاعلان عن وفاة احد الأشخاص ، وموعد تشييع الجنازة ، أو غياب احـد الأطفال أو فقدان بعض الأشياء كالنقود أو المواشى .. الخ . وفى الحالة الاخيرة بالذات يضطر المعلن الى دفع بعض النقود الى عامل المسجد نظير فتح الميكروفون له، كما تستخدمهـا الجهات المسئولة بالقـرية مثل ادارة الكهرباء أو الجمعيـة التعاونية الزراعية أو مسئول بنك القرية ، أو دوار العمدة والداخلية أو الوحدة الصحيـة ومسئول الحزب الوطنى .. الخ فى اذاعة التعليمـات والنصائح والارشادات التى تريد توصيلهـا الى أهالى البلد . واللافت للنظر ، انه فور فتح الميكروفون والتمهيد للاذاعة من خـلال مكبر الصوت (يا ناس يا أهالى البلد ..) فان جميع الافراد من مختلف الفئات يتوقفون عن العمل أو يخفضون من أصوات أجهزة الاتصال الاخـرى توقعا منهم لسماع احـداث هامة تتصل مباشرة بأمور حياتهم المعيشية ، مما يشير الى الدور الهام الذى اصبحت تلعبه مكبرات الصوت كأحد أعمدة مكونات بناء الاتصال فى القرية التى يمكن استخدامها بكفاءة فى احداث التغيير بالقرية المصرية .

ويتضح الدور البالغ الذى يلعبـه مكبر الصوت فى القرية يوم الجمعـة أثناء نقل شعائر الصـلاة وبالذات خطبة الجمعـة حيث يمكن لقطاع كبير من أهالى القرية خصوصا النساء ، وبعض الأفراد الذين تحول ظروفهم من التوجه لأداء الصـلاة بالمسجد من سماع الخطبة ومتابعتها عن بعد مما يحقق لهـذه الفئات اشباعا نفسيا ودينيا كبيرا .

وقد راجت فى الأونة الأخيرة فى القرية انتشار اجهزة مكبرات الصوت اليدوية الصغيرة التى تعمل بالبطارية (الحجارة) لدى بعض التجار والباعة الجائلين الذين يستخدمون هذه الاجهزة فى الاعلان عن بضاعتهم وتوجيه الانتباه اليهم خلال عمليات البيع والشراء فى سوق القرية أو حتى التجول فى شوارع

القرية بواسطة احدى العربات للاعلان عن بيع الأقمشة أو الفراخ أو شراء الخـــردة .

وقد اتجهت فى حوارى مع المبحوثين من افراد العينة للوقوف على وجهة نظرهم فى قضية استخدام مكبرات الصوت فى المساجد وطرحت عليهم السؤال الآتى : **ياترى انت مع اباحة أو تحريم استخدام مكبرات الصوت فى المسجد ؟** وهى القضية التى طرحت على صـــفحات الجرائد فى الاونة الاخـيرة والتى انقسمت بشأنها الآراء بين مؤيد لهذا الاستخدام ومعارض له بسبب الازعاج الذى تسببـه وتداخـل اصواتها نتيجة لكثرتهـا . وكان اللافت للنظـر فى استجابات الجانب الأكبر من المبحوثين اللفظية هو رد الفعـل الفورى الذى يمتزج بالاستهجان والاستغراب من طرح مثل هذا التساؤل (دى حاجة بتاع ربنا ، ليه هـو الأذان حرام ، حرام ليه دى حاجـة فى الخير ، المؤذن له قد صوته فى الجنـة ، دا تشكيك فى الدين ، يا عم بلاش الكلام ده) الى غيرها من الاستجابات التى تكشف عن تأييـد واضح من جانب القرويين لاستخدام مكبرات الصوت فى المساجد ، وعمق نظرتهم الدينية الى هذا الموضوع ، وعدم استعدادهم لتفهـم أو مناقشة اية دعاوى قد تثار حول الازعاج والشوشرة وغيرها من الدعاوى التى يقدمها انصار تحريم استخدام هذه المكبرات فى المساجد

ومع ذلك ، فقـد اظهـر بعض المبحوثين (١٥٪) عـدم رضائهم عن استخدام مكبرات الصوت فى المساجد فى غير الأغراض الدينية بالقرية ، وهى قضية ما زالت موضع خلاف . حيث كثيرا ما يصدر امام المسجد تعليماته الى عمال المســجد بعـدم تشغيل الميكروفون فى غير مواقيت الصلاة ولأغراضها باستثناء الاعلان عن حالات الوفاة ، ثم يعود فيتراجع مع عمال المسجد تحت ضغط أصحاب السلطة والنفوذ من اهل المصلحة لاستخدام ميكروفون المسجد فى غير الأغراض الدينية .

٧ — التليفـــون :

اقتصر تواجد التليفون فى قرية البحث خلال حقبة الخمسينيات على دوار العمدة ، وهو التليفون الوحيد الذى كان يتم من خلاله تلقى التعليمات التى يراد ابلاغها الى الاهالى سواء من مركز السنطة او من الجهات الحكوميـة الاخرى او حينما يراد ابلاغ مركز السنطة الذى تتبعه القرية بما يقع من حوادث وغيرها. وخلال حقبة الستينيات ارتفع تواجد التليفون بالقرية ليصل عددها خمســة خطوط حينما اتجهت بعض العائلات وبالذات عائلات كبار التجار وأصحاب عربات النقل الثقيل لادخال التليفون لمراقبة أسعار السلع وأخبار العربات .

وفى مطلع الثمانينيات ، انشىء سنترال بقرية الجعفرية الملاصقة لقـرية « تطاى » . وفى عام ١٩٨٥ ، أعلن عن فتح باب التقديم لتركيب خطوط تليفون

بالمنازل للأفراد . ومع ان الغالبية العظمى من الافراد لم تكن فى حاجة الى مثل هذه الوسيلة الاتصالية الا ان سماعهم عن أزمة التليفون المستحكمة فى القاهرة والمدن المجاورة ، وحث زويهـم المقيمين بهذه المدن لتركيب التليفون حتى يمكن نقله بعد ذلك الى مناطق اقامتهم بالمدن ، دفع الكثير من الافراد الى تقديم طلبات تركيب التليفون مقابل دفع مقدم الطلب البالغ انذاك خمسون جنيها . وفى مطلع عام ١٩٨٧ ، بدأت هيئة التليفون فى تركيب الدفعة الأولى من الطلبات والتى بلغت خمسون خطـا بالقرية وتلى ذلك المرحلة الثانية حيث بلغ عدد خطوط التليفون بالقرية (٣٢٠) خطا حتى فبراير ١٩٩٠

ويستطيع اصحاب هذه التليفونات الاتصال ببعضهم البعض داخل القرية مباشرة أو بمركز السنطة الذى تتبعه القرية ، اما بقية المدن الأخرى مثل مدينة طنطا أو القاهرة ، فان الامر يتطلب الاتصال بالسنترال وطلب الرقم المرغوب ، ويعبر الكثير من الأفـراد عن استعدادهم للاشتراك فى الترنك فور ادخاله فى سنترال القرية حتى يمكنهم الاتصال المباشر بالجهات المختلفة رغم عدم وجود حاجة ملحة واساسية تدفعهم الى ذلك .

وتقتصر ارقام تليفون القرية على (ثلاثة) ارقام تبدأ بالرقم (٣) ولا يوجد لدى الجانب الاكبر من الافراد اية دليل بأرقام تليفونات الآخرين بالقرية،باستثناء عدد محدود من الأفراد وبالذات جماعة الموظفين ، الذين حرصوا على التوجه الى السنترال ونقلوا بأيديهـم ارقام تليفونات من يرغبون فى الاتصال بهم من اهل القرية أو مدينة السنطة ، مما يشير الى انعدام فاعلية هذه التليفونات فى تداول المعلومات بين الافراد بعضهم البعض فى القرية ، وباسـتثناء بعض الاتصالات المحدودة التى تقع بين الحين والآخر ، من الأقارب المقيمين خارج القرية سواء فى المدن المجاورة أو مدينة القاهرة أو العكس فان هذه التليفونات تظل صامتة طوال اليوم واحيانا لأيام طويلة . ومن هنا يندر ان يقوم احد من أصحـاب التليفونات بالقـرية ، باستثناء الذين يستخدمون التليفون كثيرا فى اتصالاتهم الداخلية والخارجية لمتابعة الأسعار ، دفع اية مبالغ مالية اضافية زيادة عن الاشتراك السنوى المعتاد لهيئة التليفونات نتيجة زيادة المكالمات عن حد الاعفاء الذى تقرره الهيئة .

ويبلغ عدد المبحوثين الذين اقروا بوجود تليفون لديهم من اعضاء العينة (ستة) افراد وقد دار الحوار معهـم حول دواعى حيازتهم لجهاز التليفون ، والمجالات التى يستخدمونه فيها . وقد مال هؤلاء الأفراد وبلا استثناء الى ترديد استجابات مثل : « اهو فشخرة ومنظرة وخلاص » ، « ذى ذى غيرى » قلنـا « اهم خمسين جنيه ونبقى من اولاد الذوات » الى غيرها من الاستجابات التى تكشف عن تدنى حاجة هؤلاء الأفراد الى هذه الوسيلة الاتصالية ، واقتصار رؤيتهم لها باعتبارها وسيلة لاثبات المكانة ، والتظاهر ، واستخدام التليفون

فى المعاكسات والنكات والايقاع بالآخرين والتى بلغت شكوى واضحة لدى الكثير من الأفراد حائزى التليفون بالقرية .

ثانيا :التأثيرات الثقافية لأدوات الاتصال :

أتيحت للباحث فرصة الاطلاع على كم هائل من الدراسات والبحوث الاعلامية فى القرية المصرية بلغ (٨٠) بحثا ودراسة ومن خلال الدراسة التقويمية التى أجراها على هذه البحوث لصالح احدى الهيئات القومية(١) . ظهر موقفان : **الأول :** يؤكد دور أدوات الاتصال الحديثة فى نشر المعارف والأخبار فى المناطق الريفية ويوضح كيف أدى تزايد تعرض القرويين لهذه الأدوات الى خروجهم من الاستغراق فى أمور حياتهم اليومية والمحلية وتزايد اهتمامهم بالقضايا والشئون القومية ، وظهور مد قومى واضح بين القرويين واتساع نطاق معارفهم بالمسائل القومية وتزايد تقبلهم للتجديدات والمستحدثات التكنولوجية الوافدة وتغير واضح فى اتجاهاتهم نحو العديد من الموضوعات والممارسات التقليدية .

أما الموقف **الثانى** : فيشكك فى نتائج دراسات أنصار الموقف الأول وينتقد بصفة عامة الاتجاه التضخيمى فى تأكيد تأثير أدوات الاتصال فى القرية المصرية ، ويشير فى ذلك الى أثر الوسط الاجتماعى ، والعوامل الوسيطة الى تعوق تأثير هذه الأدوات ومن بينها الثقافة السائدة ، وقد تبين لدينا من الدراسة المتعمقة خطأ كلا الموقفين فى دراسة وقياس التأثيرات الثقافية لأدوات الاتصال ليس فقط بسبب المعالجة المنهجية والاكتفاء فى معظم الأحوال بتطبيق استمارة الاستبار عديمة الفاعلية فى القرية المصرية ، ولكن أيضا بسبب النظرة الآنية والجزئية السائدة عند بحث ومناقشة هذه التأثيرات والتى فى اطارها يصعب الحديث عن الأثر البالغ الذى تحدثه أدوات الاتصال كما يشير انصار الموقف الأول ،كما يمكن قبول اعتراضات أنصار الموقف الثانى وحديثهم عن تأثير الوسط الاجتماعى والعوامل الوسيطة .. الخ مع صعوبة التسليم بعدم تأثير أدوات الاتصال والتى تؤيدها الأدلة والشواهد الميدانية .

من أجل ذلك اتجهت الدراسة الراهنة الى الاعتماد على الملاحظات الانثروبولوجية الميدانية ، والتى تسعى الى رصد وتتبع الأثر التراكمى والممتد الذى أحدثته أدوات الاتصال على الثقافة المحلية بجوانبها المادية وغير المادية ، ووفقا لما توافر لدينا من بيانات ميدانية يمكن حصر مجالات التأثير التى أحدثتها

---

(١) عبد الفتاح عبد النبى البحوث الاعلامية فى القرية المصرية ، دراسة تقويمية ، دراسة قدمت فى اطار بحث الاعلام ومستقبل القرية المصرية الذى يجريه المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية ابريل ١٩٩٠ (تحت الطبع)

ادوات الاتصال السابق عرضها بالقرية فى ثلاثة مستويات أساسية هى :

مستوى مجتمع القـرية ككل ، ومستوى الأسرة ، والمستوى الفردى ، ونعرض فيما يلى لبيانات كل مستوى فيما يلى :—

التأثيرات فى مجتمع القـرية :

فى هذا المستوى ، تشير المشاهدات الواقعية الى التأثير الواضح الذى احدثته ادوات الاتصال من راديو وتليفزيون وفيديو وأجهزة تسجيل وتليفون فى الشكل المعمارى للقرية ، حيث ساهمت هذه الأجهزة فى دفع التغيير فى اتجاه اقامة البيوت ذات الطراز الحديث بالقرية ، فاعتماد هذه الاجهزة فى تشغيلها على الكهرباء ، ورغبة القرويين فى حيازتها دفع الكثير من القرويين وبالذات مع فترة الرواج المادى التى واكبت الهجرة وتطبيق سياسة الانفتاح فى اتجاه ادخال الكهرباء لبيوتهم من أجل الرغبة فى مشاهدة التليفزيون ، وأدى دخول الكهرباء بدوره الى اعادة التفكير فى شكل بناء البيت ليأخذ الطراز الحديث حيث يستخدم الطوب الاحمر والأعمدة والأسقف الخرسانية بدلا من الشكل التقليدى المعروف حيث تقام البيوت بالطوب اللبنى وترصع بسعف النخيل حتى يستقيم الامر مع المتغير الجـديد ، والأخذ فى الاعتبار أماكن الوصلات الكهربائية لهذه الأجهزة وأماكن وضعها واستخدامها عند وضع تصميم البيت أو حتى تأثيثه .

على ان أبرز أشكال التأثير الملموسة لأجهزة الاتصال فى هذا المجال يتحدد بصورة واضحة فى اختفاء « المصطبة » وهى المكان المرتفع نسبيا عن سطح الأرض والملتحم بجدران بيوت القرويين التقليدية ، والتى كانت بمثابة موقعـا مهما وخصبا يجتمع فيه أهل الدار والجيران للسمر والسهر وتبـادل الآراء والخبرات والحكايات .. الخ هذه المصطبة اختفت تماما حاليا حتى من البيوت التقليدية ولم تعد تحتل ادنى تفكير فى انشائها لدى بناء البيوت الحديثة أو حتى التقليدية . وذلك بفعل تواجد ادوات الاتصال الحديثة وعلى رأسها التليفزيون حيث أدت هذه الوسيلة الاتصالية الى نقل الجلسة العائلية من امام الدار أو المصطبة بالصورة التقليدية الى داخل البيت فى « المندرة » أو « وسط الدار » لمشاهدة التليفزيون وهو احـد التغيرات الثقافية المادية الملموسة فى القرية المصرية والتى ترتبت على دخول تكنولوجيا الاتصال الحديثة . واللافت للنظر هنا ان اتجاه التأثير الثقافى الجديد يميل ناحية التفرد وفك الترابط واللقاءات الجماعية للأهل والجيران والتى كانت تميز لقاءات « المصطبة » واصبح اهل كل بيت يجلسون فى سهراتهم داخل بيتهم أمام جهاز التليفزيون ولا علاقة لهـم بجيرانهم أو بالآخرين وذلك فى اطار انتشار تواجد هذا الجهاز داخل كل بيت تقريبا فى القرية حاليـا .

والشكل المعمارى الآخـر ، الذى تأثر بشدة بفعـل دخول تكنولوجيا

الاتصال وبالذات مكبرات الصوت الى القرية ، هو المأذنة التى تشكل احد ملامح الطراز المعمـــارى الاسلامى فى بناء المساجد ، والمأذنة عبارة عن شكل اسطوانى يرتفع لعـــدة امتار فوق سطح المسجد ويتكون من عدة ادوار يمكن الصعود الى اعلاها من خلال سلم دائرى وفى قمة المأذنة يوجد الهلال الرمز الاسلامى المعروف ، وخلال مواقيت الصلاة الخمس كان المؤذن يصعد الى اعلى قمة المأذنة لرفع الأذان ويساعد ارتفاع المأذنة هنا على نقل صوته الى مسافة ابعـــد نسبيا يتيح للأفراد سماع صوت المؤذن والاقـــبال لأداء الصلاة ، ومع انتشار مكبرات الصوت واتجاه المساجد الى تركيب هذه المكبرات بها على النحو السابق الاشارة اليه ، فقدت المأذنة وظيفتها واهملت تماما . وفى المساجـــد التى تبنى حديثا ، لم تعد تأخذ فى الاعتبار ، حيث أصبح يتم الاكتفاء ببناء جسم المسجد دون المأذنة خفضـــا للتكاليف ، ولتوجيـــه المبالغ المادية لشراء اجهزة مكبرات الصوت ومشتملاتها ، ويوجد فى قرية البحث حاليا مسجدان حديثـــا النشئة ولا توجد بهما مأذنة ، مما يعطى فكرة عن درجة التأثر التى يتعرض لها هذ العنصر الثقافى المادى بفعل دخول تكنولوجيا الاتصال الحديثة .

ويمثل دوار العمدة احد المواقع الاتصالية الهامة التى تأثرت بشدة بدخول تكنولوجيا الاتصال الحديثة الى القرية ، ومن المعروف أن دوار العمدة ، وهو فيزيقيا عبارة عن مكان متسع نسبيا ملحق ببيت عمدة القرية ، ومزود بأماكن للجلوس وغرفة جانبية يوضع بها التليفون . وتاريخيا كان يمثل هذا المكان احد اهم مواقع الاتصال بالقرية ، حيث تعقـــد الجلسات والسهرات ، وتدار المناقشات ، ويتم الاستماع الى الراديو اما حاليا ، فقد تلاشت وظيفة هذا المكان صحيح أن هذا التلاشى ، جاء بسبب ضعف نظام العمدية ، الا أن انتشار اجهزة الاتصال الحديثة فى بيوت القرويين ، ورواج المعلومات بصفة عامة فى القرية نتيجة اتساع حركة تنقلات القرويين من والى القـــرية ، قد افضى الى تقليص رواد دوار العمدة بطريقة يصعب مقارنتها عن ذى قبل ، بل ان المكان ذاته قد تقلص مساحيا ، ولم يعد يتعدى مساحة غرفة عادية يوضع بها التليفون يلتقى بداخلها غفر القرية لتوزيع المهام وأمام هذه الغرفة « دكة » يجلس عليها العمدة او ضيوفه ، والعمدة ذاته شخص عادى معين من قبل الداخليـــة بأجر رمزى يندر أن يقصده احد لحل مشكلة او الحصول على معلومة كما كان الحال من قبـــل .

وفضلا عن تقلص مكانة دوار العمدة كأحد اهمواقع الاتصال التقليدية بالقرية تقلص أيضـــا وبشكل مماثل دور المقهى كموقع لعقد اللقاءات واجراء الاتصالات ، وتبادل الآراء والمعلومات ، لقد كان المقهى تاريخيا فى القرية مكان يقصده الصفوة واصحاب الراى والنفوذ وكبار الأغنياء ، وبعـــد قيام الثورة وضعف مركز الزعامة التقليدية بالقرية ، تزايد رواد المقهى بالقرية ليشمل فئات وطوائف عديدة متباينة الانتماءات الاجتماعية من ابناء القرية ، حيث يتجهون

الى المقهى ، وبالذات فى فترة المساء للسهر والسمر وتبادل الآراء والمعلومات وتناول المشروبات والتدخين ، والاستماع الى الراديو ، أو مشاهدة التليفزيون بعد أن دخل الى القرية لأول مرة من خلال المقهى فى منتصف الستينيات ، وعندما بدأت أجهزة الاتصال فى الانتشار فى بيوت القرويين فى حقبة السبعينيات وبالذات اجهزة التليفزيون والتسجيل ، اخذ رواد المقهى يتقلصون شيئا فشيئا لأن قطاعا كبيرا منهم فضل السهر فى البيت ومع الأهل والأصدقاء حول جهاز التليفزيون وبالذات بعـد ارتفاع تكاليف الجلوس على المقهى ، بسبب ارتفـاع أسعار المشروبات والمكيفات ولم تفلح محاولات بعض أصحاب المقـاهى فى استعادة روادها بالكثافة المعهودة فى حقبتى الخمسينيات والستينيات من خلال ادخال اجهزة الفيديو ، حيث ظل الأمر مقتصرا على عدد من الشباب صغار السن ، خصوصا بعـد حيازة جماعات عديدة بالقرية لهذه الأجهزة على النحو الذى عرضنا له من قبل . وتكشف البيانات الميدانية والحوارات مع عدد من أصحاب المقاهى بالقرية أن عدد رواد المقهى قد انخفض بمعدل الثلثين حاليا بالمقارنة بفترة السبعينيات والى ثلاثة ارباع بالمقارنة بفترة الستينيات ، وأن الأمر يقتصر فى الوقت الحاضر على عدد من الرواد معتادى شرب الشيشة ولعب الطاولة قبل اى شىء آخر قد يتعلق بعقد الصفقات أو تبادل الآراء والأخبار والحكايات كما كان الحال من قبل . ومن المؤكد ان هذا التغير فى مكانة ووظيفة المقهى كأحد اهم مواقع الاتصال التقليدية المعروفة بالقرية ، يعود فى جانبه الأكبر الى تأثير دخول وتغلغل تكنولوجيا الاتصال الحديثة بالقرية وايضا ، يسير هذا التأثير فى اتجاه التفرد وفك ترابط العلاقات الاجتماعية وتفتيت اتصال المشاركة بصفة عامة بالقرية لصالح الاتصال ذى الخط الواحد .

وعلى نفس المنوال يمكن أن نقرر أن مواقع اخرى للاتصال التقليدى فى القرية المصرية ، قد تقلص دورها أيضا وكان دخول تكنولوجيا الاتصال الحديثة هو واحد من العوامل الموضوعية العديدة التى ساهمت فى تقليص دورها ومن ذلك الجمعية التعاونية الزراعية بالقرية أو الوحدة الصحية باعتبارهما أماكن كان يرتادها القروى للحصول على المعلومات فى المجال الزراعى والصحى ، ثم تقلص مركزها بعد أن أصبح مالدى هذه الأماكن كجهات اتصال رسمية يصل الى القرويين عبر وسائل الاتصال ، وبالذات مكبرات الصوت ، كما أشرنا من قبل مما خفض من عدد رواد هذه الأماكن واقتصر هذا التردد حاليا على قضاء المصلحة المباشرة فقط .

ويبدو أن تكنولوجيا الاتصال الحديثة وبالذات اشرطة التسجيل قد أثرت وبشدة على الوان مختلفة من الفلكلور الشعبى ظلت تمارس فى القرية المصرية ، عبر مراحل التاريخ المختلفة ومن ذلك المواويل الشعبية ، حيث قضت اشرطة التسجيل الحديثة على مجالات الابداع الشعبى التلقائى فى هـذه المواويل ، وأيضا حلقات الذكر والانشاد الدينى التى كانت تقام بصورة منتظمة فى بعض

البيوت بالتبادل بين الأفراد (الحضرة) حتى أواخر الستينيات ، وبصورة غير منتظمة خلال حقبة السبعينيات . وبعد حلقة الذكر كان يجلس الأفراد لتبادل الآراء والمعلومات والخبرات ... الخ وقد اختفى هذا اللون من الاتصال حاليا ، وحل محله استماع رواده الى شرائط المديح النبوى ، وسماع القرآن الكريم ، وقد أصبح من السهل حاليا الاستغناء عن فرق الغناء والرقص والمطرب الشعبى لاحياء ليالى الأفراح والموالد والمناسبات مع كثرة شرائط التسجيل الخاصة بهذه المناسبات .

على أن أبرز أشكال تأثير تكنولوجيا الاتصال وضوحا فى مجتمع القرية ، يتعلق باختفاء وظيفة « المنادى » ، لقد كان منادى القرية يقوم بدور مهم فى ابلاغ الأهالى بالأخبار والتعليمات فيتجول فى شوارع القرية مناديا بصوت جهورى بضرورة التوجه الى صراف القرية لسداد الضرائب ، أو الى الجمعية التعاونية لاستلام الحصص ، أو للاعلان عن قيام أحد الجزارين بذبح ذبيحة جديدة أو فقد أحد الأشياء ، أو مكان تجمع عمال الزراعة غدا وأجورهم الى غير ها من الأمور الحياتية . وكان يوجد بالقرية أكثر من منادى واحد ، هم عادة من ذوى المكانة المتواضعة الذين يتكسبون من وراء هذا العمل ، حيث يتوجه اليهم ذوو المصلحة للاتفاق معهم مقابل أجر لترويج المعلومة التى يريدون توصيلها الى أهالى القرية . وقد ظلت مهمة المنادى هذه كشكل من أشكال الاتصال قائمة بالقرية حتى أواخر حقبة السبعينيات ومطلع الثمانينيات . وبعد دخول وانتشار أجهزة مكبرات الصوت بالقرية وبالذات فى المساجد ، اختفى هذا الشكل الاتصالى ، وحل محله الاتصال من خلال مكبر الصوت بالشكل الذى أشرت اليه من قبل والجدير بالملاحظة هنا ، أن التغير الجديد لم يكن فى صالح فاعلية العملية الاتصالية ، حيث أن وظيفة المنادى ، لم تكن تقتصر فقط على اذاعة المعلومة بصوت جهورى ولكن فى اجراء حوار مع الأهالى والرد على استفساراتهم وتساؤلاتهم حول مضمون ما يعلنه ، وهو ما لا يحدث حاليا مع الشكل الاتصالى الجديد مما يعيد تأكيد ماسبق أن أشرنا اليه من اتجاه التأثير ناحية تفتيت اتصال المشاركة التقليدية بالقرية .

واذا كانت أنماط الاتصال التقليدية بالقرية قد تأثرت على هذا النحو بفعل دخول تكنولوجيا الاتصال الحديثة ، فان جانبا آخر من تأثير هذه التكنولوجيا على مجتمع القرية يمكن تناوله ويتعلق بمجالات العمل والانتاجية ، وأول ما يطالعنا فى هذا الجانب هو ما ردده بعض الكتاب والباحثين من تأثير دخول أدوات الاتصال بالقرية وبالذات التليفزيون والفيديو على انخفاض معدلات الانتاج بالقرية والمؤشر فى ذلك ، هو انخفاض ساعات عمل الفلاح اليومى . فالفلاح كان يحرص على النوم مبكرا لكى يستيقظ مبكرا أيضا ، ليذهب الى الحقل . أما بعد دخول الكهرباء وأجهزة التليفزيون تغير هذا السلوك ، وأصبح الفلاح لا ينام سوى فى ساعة متأخرة من الليل وبعد انتهاء الارسال

التليفزيونى ، مما يترتب عليه كسل الفلاح وتقليص ساعات عمله .. الخ .

والواقع ، ان الاعتماد على هـذا المؤشر للحكم على انخفاض انتاجية الفلاح يبدو مضللا الى حد كبير ، ذلك أن الامر لا يتحدد بمواعيد الاستيقاظ أو النوم ، أو الذهاب الى الحقل .. الخ . ولكن بعـدد الساعات الفعلية التى يعمل فيها الفلاح بالحقل . فالفلاح الذى كان يستيقظ مبكرا ويذهب الى حقله مثلا كان يستغرق جزءا كبيرا من وقت الايلولة نائما تحت الشجرة . وهو ما قد لا يحدث حاليا . كما أن انخفاض الانتاجية أو زيادتها قد لا يرتبط فقط بعـدد ساعات العمل ، اذ ان دخـول الميكنة الزراعية واعتماد الفلاح عليها قد يفقد قيمة حساب عـدد ساعات العمل اليومى فى الحقل لقياس معدلات الانتاج . فالفلاح الذى كان يستغرق ساعات طويلة بل أياما فى رى حقـله أو تذرية الغلال .. الخ أصبح يؤدى مثل هذه الأعمال فى ساعات محدودة بفعل ماكينات الرى وآلات التذرية الحديثة ، وهكذا . وكذلك فان انخفاض انتاجية الأرض الزراعية ، قد يعود الى عوامل لا علاقة لها بنشاط الفلاح ولكن بأمور قد تتصل بالقرية ، والسياسة الزراعية ، والهجرة ، وأسعار الحاصلات . الخ وأقصى ما يمكن أن نقرره فى هذا المجال وتؤيده الملاحظة الميدانية المباشرة ، هو أن بعض القرويين قد عدلوا من مواعيد عملهم ونشاطهم واتصالاتهم لتتفق مع مواعيد بعض البرامج وبالذات مسلسلات التليفزيون أو المباريات الرياضية دون تأثير واضح فى ذلك المجال على حجم ومعدلات الانتاجية ونشاط العمل اليومى المعتاد حيث يعى القروى مصلحته جيدا ويضع قوته وقوت أولاده فى المحل الأول من اهتمامه بصرف النظر عن أية اعتبارات أو اهتمامات أخرى قد تتعلق بالترفيه أو المتعـة .. الخ . ويتبـدى ذلك بوضـوح فى حوارنا مـع المبحوثين من جماعة الفلاحين حينما طرحنا عليهم السؤال الآتى : **يا ترى انت شايف الناس النهاردة بتهتم بزراعـة أرضها زى زمان ولا لا ؟** . وقد أجاب جميـع الأفراد وبلا استثناء بأنها تهتم وأكثر من زمان . وتكشف استجاباتهم عن هذا المعنى : « هو الفلاح له هم النهاردة الا أرضه عشان يقدر يأكل ويأكل عياله » ، « يابيه الدنيا غالية » ، « الفلاح بيشتغل بيده وسنانه ، بس الحكومة هى اللى نهبه الفلاح » ، « هات للفلاح أرض بس وهو يزرعها » ، « فين هى الأرض » ، « الفـلاح بيحفر الأرض بيده عشان تطلع حاجـة يأكلها » . الى غيرها من الاستجابات التلقائية التى تكشف عن حرص بالغ من جانب الفـلاح لزراعة أرضه وتعظيم انتاجه منها مع وعى كامل وألم دفين من جانبهم بغلو الأسعار ونهب الحكومة لحصاد عملهم وهو ما يدفع بهم الى الهجرة أو البحث عن سلع تموينية أكثر رخصا وتدعمها الحكومة فى المدينة .

كذلك لم تظهر علاقة واضحة بين تكنولوجيا الاتصال الحديثة وأحوال سوق العمل بالقرية ، الذى يشهد حاليا اختلالا واضحا يتمثل فى النقص الواضح فى العمالة الزراعية الناجم عن الهجرة الداخلية أو الخارجية والحراك المهنى ،

حيث اتجه بعض الفلاحين الى العمل بمهن اخرى غير العمل الزراعى . وقد ترتب على ذلك ارتفاع ملحوظ فى أسعار العمالة الزراعية انعكست بالتالى فى تكلفة الانتاج وارتفاع أسعار الحاصلات الزراعية مما دفع بعض الفلاحين فى موسم جنى القطن الى ترك المحصول بلا جنى فى الحقل بسبب نقص العمالة وارتفاع اسعارها الى حدود غير معقولة .

ومن المؤكد أن ظروفا موضوعية اكثر فاعلية هى التى اثرت فى اختلال سوق العمل بالقرية ، مما دفع الكثير من الفلاحين للبحث عن مهن أخرى غير العمل الزراعى منهـا على سبيل المثـال نقص المساحة الزراعية ، وتفتيت الحيازة وزيادة عددالسكان ، وعـدم تواذن السياسة الزراعيـة وتضاربها وبالذات فيما يتعلق بنظـام الدورة الزراعيـة والتركيب المحصولى واسـعار الحاصلات الزراعية والضرائب على الأطيان . الخ وهى العوامل التى اضعفت من قيمة العـائد الزراعى وبالتالى فقـدت الأرض الزراعية قيمتها . ومع أن المبحوثين اظهروا فى حوارهم معنا تمسكا شديدا بالأرض وبالعمل الزراعى على النحو المشار اليه آنفا ، الا ان ذلك كان من قبيل انعدام الحيلة وعدم وجود فرص عمل بديلة أو الهجرة امامهـم وبالتالى فان الأرض الزراعيـة والعمل الزراعى ، رغم ما يحيط به من مشكلات ، الا انه مازال الملجأ الوحيد المتـاح امامهم ، ويمكن التخلى عنه اذا ما اتيحت الفرصة للعمل بمهنة اخرى اضافية كأعمال الحراسة أو النظافة او قيادة السيارات .. الخ وقد ظهر ذلك بوضوح عندما طرحنا على المبحوثين من جماعة الفلاحين السؤال الآتى : **لو فيه فرص عمل اخرى كثيرة قدامك يا ترى تفضل تشتغل فى ايه احسن ؟** ومع أن الجانب الأكبر من المبحوثين فى استجاباتهـم الفورية على هـذا التساؤل قد مال الى تفضيل الاشتغال فى مهنة الفلاحة ورددوا فى ذلك استجابات مثل : « حشتغل فى ايه يعنى » ، « فرص عمل زى ايه » ، « الواحد بيشتغل فى المهنة اللى بيفهم فيهـا » ، « احنا قدمنا الا الفلاحة » .. الخ الا أن تعميق الحوار مـع المبحوثين فى هـذا المجال وطرح عـدد من المتغيرات امامهم مثل فرص العمل بالحكومة أو الاعمال الحرفية ، أو التجارة أو السفر بره ، وفى أى حاجة تكسب اظهر ميلا واضحا لتفضيل الاستجابة للعمل فى « أى حاجة تكسب » لمواجهـة الغلاء وارتفاع الأسعار وتدبير قوت الأولاد ونفقاتهم المتزايدة .

وأيا كان الامر ، وفى اطار الظروف الموضوعية التى تدفع القروى لقبول العمل فى أى مهنة تكسب ، فان اقصى ما يمكن اقراره حول تأثير اجهزة الاتصال وبالذات التليفزيون فى هذا المجال ، هو تشجيع الاتجاه نحو هذا القبول بين القرويين ، حيث تلعب المسلسلات والأفلام التليفزيونية ، التى يكثر الاقبـال عليها على النحو الذى اشرنا اليه من قبل ، دورا تدعيميا كبيرا فى هذا المجال .

وقد تبين ذلك بوضوح عندما طرحنـا على المبحوثين السؤال الآتى :

يا ترى التليفزيون والراديو لما بيتكلموا عن العمل والشغل بيقولوا ايه ؟ ومع أن جانبا كبيرا من الأفراد وغالبيتهم من الفلاحين ، لم يتمكنوا من الاجابة على هذا السؤال ورددوا فى ذلك عبارة « مش عارف » أو « مش متذكر » ، الا أن من استطاع منهم الاجابة قد ردد استجابات مثل : « بيقولوا للناس الشغل مش عيب » ، بيحببوا الناس فى الشغل ، الواحد ممكن يشتغل فى اى حاجـــة ، الرزق يحب الخفية ، أهم حاجة الشغلة الشريفة ، الواحد لازم يسعى لرزقه اللى معاه فلوس هو كل حاجـــة الى غيرها من الاستجابات والتصورات التى تشير الى الدور التدعيمى البالغ الذى تلعبه أجهزة الاتصال فى مجال ترويج النظرة المادية لقيمة العمل لدى القرويين.

واذا كانت تأثيرات أدوات الاتصال الحديثة تبدو طفيفة أو غير منظورة فى مجال العمل والانتاجية ، حيث تلعب الظروف الموضوعية دورا أكثر فاعلية فى هذا المجال ، الا أن نطاق تأثير هذه الأدوات يبدو أكثر بروزا فى مجال بناء القوة والنفوذ داخـــل مجتمع القرية ، ويتمثل ذلك بصورة واضحة فى التغير الملحوظ فى مكانة أصحاب السلطة وقادة الرأى التقليديين بالقرية حيث تدهورت الى حد كبير مكانة ونفوذ شخصيات مهمة ظلت تلعب دورا تاريخيا وفاعلا فى تقرير مجريات الأمور بالقرية ويأتى على رأس هذه الشخصيات عمدة القرية ، وشيخ البـــلد وكبار الحائزين وملاك الأراضى ، وموظف الجمعيـــة التعاونية الزراعية ، وناظر المدرسة ، وامام المسجد ، وكبار السن فى العائلات باعتبارهم من كبار قيادات الرأى والمكانة والنفوذ بالقرية ، لقد ساهمت أدوات الاتصال الحديثة بنصيب وافر فى اضعاف مكانة هذه الشخصيات فجانب كبير من هذه المكانة كان يستمد أساسا مما يتوفر لدى أصحابها من قدرة على قضاء المصالح والاتصال بالجهات الرسمية خارج القرية ، وحيازة المعلومات ، ومع الانتشار الواسع لأدوات الاتصال الحديثة تم فك احتكار هؤلاء الأفراد للمعلومات التى أصبحت متاحة بفعل هـــذه الأجهزة لقطاع واسع من الأفراد ، وتزايد وعى الأفراد ومعارفهم بأمور عـــديدة ، واصبحوا أكثر قدرة على المناقشة وابداء الرأى من ذى قبل بفضل تعرضهم المستمر لمضامين هذه الأجهزة فى المقام الأول

ومع انتشار التعليم ، واعادة توطين الموظفين فى قراهم ، وانخراط العديد من شباب القرية فى سلك الجندية ، واشتراكهم فى حرب اليمن وحرب ١٩٦٧ ، وأكتوبر ١٩٧٣ ، واتصالهم المبـــاشر بالعالم الخارجى نتيجة لتحسن وسائل المواصـــلات وعمليات الهجرة والانفتاح ، وما صاحب ذلك من رواج مادى فى القرية ، تبدلت أوضاع ومكانة الكثير من الفئات الاجتماعيـــة بالقرية ، وحدث حراك مهنى واجتماعى واضـــح لبعض الجماعات الاجتماعيـــة أثر على البناء الطبقى بصورته التقليدية فى القرية ، وما يهمنا هنا ، هو أن الجماعات الاجتماعية الجديدة التى تزايد نفوذها بالقرية بفعل التغيرات السابقة ، تستمد هذا النفوذ من مصدرين ، القدرة المـــادية (الثروة) والقدرة الاتصالية حيث تدعم القدرة

الأخيرة الانجازات التى حققتها هذه الجماعات فى مجال حيازة الثروة ، فتحرص دائما على التعرض المستمر والمكثف لأجهزة الاتصال وبالذات الصحف (وهى الخاصية التى كان يحرص عليهـــا من قبل قادة الرأى التقليدين) ليس فقط بهدف مراقبة تقلبات السوق ومجريات الأحداث ، حماية لمـــا لديها من ثروة ، ولكن أيضا وفى المقام الأول لدعم قدراتها الاتصالية ومناقشة الآخرين ولتأكيد أوضاعهم الجديدة واضفاء الشرعية عليها .

لقد تقلص مع هذه الأوضاع الجديدة مكانة الزعامات التقليدية بالقرية ، وتدنى عدد المترددين أو القاصدين هؤلاء لحل مشكلاتهم واصبح التعامل معهم منحصرا فى أضيق الحدود . فمرور العمـــدة فى الشارع لا يثير انتباه احـــد من الجلوس ولا يستدعى الوقوف له عند رد التحيـــة . كما أن المهندس الزراعى ليس لديه خبرة (هو بيفهم) على حد تعبير احد المبحوثين ، ومشايخ البلد جار عليهم الزمن وغلابة ، وناظر المدرسة والمدرسين بالقرية مشغولون فى الدروس الخصوصية ، وامام المسجد « أهم كلمتين حفظهم وخلاص » « ويأكلها ولعه » على حد تعبير البعض ، واللافت للنظر هنـــا أن هؤلاء الأفراد باستثناء امام المسجد ، تقلص تعاملهم مع اجهزة الاعلام واصبح لا يتعد التعامل العـــادى والمألوف لأى فرد ، فالمهندس الزراعى وناظر المدرسة لا يشترى سوى جريدة واحدة وبصورة غير منتظمة ، كما أن مشاهدتهما للتليفزيون تقتصر أيضـــا على المسلسلات والأفلام ، والحال كذلك مع عمـــدة القرية الذى كان يعمل موظف بالادارة التعليمية بالسنطة وعين بالتزكية من قبل الداخليـــة ، أما امام المسجد (الكبير) فانه يحرص يوميا على الاطلاع على مختلف أنواع الصحف واعادتها الى موزع الجرائد مقابل مبلغ مالى (عشرة قروش) فضلا عن ثمن شراء جريدة واحدة هى جريدة الأخبار .

وقد سعينا من جانبنا للتعرف على نوعية قيادات الرأى والزعامات الجديدة بالقرية ، وذلك من خلال الوقوف على الطريقة التى يتم من خلالها فض المنازعات وحل المشكلات التى تنشب داخل القرية ، وبمراقبة هذا السلوك تكشف لى أن بكل عائلة من عائلات القرية أو قطاع سكنى يوجـــد شخص معين يقصده الأطراف فى حالة وجود خلاف أو نزاع مع احد افراد العائلة أو سكان القطاع ، ولا يشترط فى هـــذا الشخص توافر ، كبر السن أو التعليم .. الخ ولكن فى الأساس القدرة المادية والمظهر الجيـــد وحلاوة اللسان وحفظ بعض الآيات القرآنية والأحاديث النبوية التى يستخدمهـــا فى الحديث والاقنـــاع ، وعادة ما يستمع طرفا النزاع أو المشكلة الى نصائحه ويميلون الى قبول تحكيمه خشية تفاقم الموضوع وتحويله الى الشرطة والمحاكم وما يصاحب ذلك من نفقات مالية باهظة ، هذا الشخص لا يقتصر دوره على حل المنازعات ولكن يشكل مصدرا مهما لنقل وترويج المعلومات بين الآخرين ، ولذلك يحرص على تكثيف تعامله مع اجهزة الاعلام المختلفة وكذا تردده على الجهات الرسمية واماكن اتخاذ القرار

والتواجد فى مواقع الأحداث والخلافات ، مما يدعم مركزه الاجتماعى من ناحية ويزيد من قدراته الاتصالية من ناحية اخرى .

ووفقا لذلك ، اصبح يوجد فى القرية عـدد غير قليـل من هؤلاء الأفراد ينطبق عليهم مواصفات هـذه الشخصية حضرنا منهم (٢٥) فردا ، يعملون بمهن مختلفة : التدريس والمحاماة ، الأعمال الحرة وايضا الفلاحة ، وقد تلاحظ كثافة علاقة هؤلاء الأفراد ببعضهـم البعض ، حيث يحرصون على تبـادل الزيارات ، واللقاءات ، ومناقشة المسائل العامة المتصلة بالقرية ، وما يحدث بالقرية من نوادر وحكايات .. الخ . ويشكلون جماعة ضغط ونفوذ قوية داخل القرية .

ثانيا : التأثير على مستوى الأسرة :

تتحدد تأثيرات أدوات الاتصال فى هذا المستوى فى جوانب عديدة تتصل ببناء الأسرة الريفية ، والعلاقات داخل هذه الأسرة ، ومكانة المرأة ، وتنشئة الطفل ، والعادات الغذائية . واذا كان تركيب الأسرة الريفية ، قد شهد تغيرا واضحا فى مجال التحول من الأسرة الممتدة الى الأسرة النووية التى تقتصر على الزوج والزوجة والأولاد ، الذين يعيشون فى معيشة مستقلة عن بقية اعضاء العائلة ، وذلك بسبب شيوع العلاقات المـادية والهجرة وغيرها ، فان دور ادوات الاتصال كان فاعلا فى تدعيم هـذا التحول . فقد قللت هـذه الأدوات وبالذات التليفزيون من الجلسات العائلية المسائية ، التى كانت تشمل جميع افراد العائلة من الأهل والأقرباء ، حيث كثيرا ما كانوا يجتمعون فى صحن الدار او على المصطبة فى المساء للحديث والسمر معا ، أما الآن ، ومع شيوع العلاقات المـادية والنزعة الفردية ، اصبح اعضاء كل اسرة من هـذه العائلة الكبيرة يلتفون حول جهاز التليفزيون ولا علاقة لهم بالآخرين ، حيث يحرص رب كل اسرة على حيازة جهاز تليفزيون له ولأسرته الخاصة حتى لا تنشب المنازعات والخلافات بين اعضاء العائلة على حد تعبير بعض المبحوثين ونتيجة لذلك كثيرا ما شاهدت وجود أكثر من جهاز تليفزيون فى البيت الواحد ، وتعمل فى الوقت نفسه ، وعلى القنـاة نفسها ، نتيجة لانفراد اعضاء كل اسرة واستقلالهم فى مشاهدة التليفزيون رغم تقاربهم المكانى او المعيشى ، مما يشير من ناحية الى الدور الذى تلعبه هذه الأداة فى تدعيم الاتجاه نحو بناء الأسرة النووية فى القرية المصرية ومن ناحية اخرى ، الى اثر هـذه الأداة فى تخفيض حجم المنازعات والخلافات التى كانت تقع سواء بين اعضاء العائلة الواحدة او بين الجيران بعضهم البعض وعلى حد قول احد المبحوثين ، لقد ساعد التليفزيون على (لم) الناس كل فى بيته بعيدا عن الصراعات والخلافات ، والقيل والقال . وهو قول يبدو صحيحا الى حد كبير .

وقد ساعدت اجهـزة الاتصال ، وبالذات الراديو والتليفزيون فى تدعيم

مكانة المراة وتعزيز دورها داخـل الأسرة والنهوض بمسئوليتهـا وبالذات فى السنوات الأخيرة التى شهدت تدهور سلطة رجل البيت الغائب باستمرار عن البيت اما بسبب الانهماك فى العمل وفى اكثر من مهنة لتدبير نفقات الأسرة أو فى الهجرة للعمـل فى الخارج ، وتشير الحوارات المستفيضـة التى اجريت مع المبحوثات من اعضاء العينة والبالغ عددهم (٨٠) مفردة ، أن الجانب الاكبر منهن (٥٦٪) رغم انهن غير متعلمات ولا يحملن اية شهادات ، الا ان لديهن معرفة واسعة بقضية تنظيم الأسرة ، وبشعاراتها واسماء الكثير من الممثلات والمذيعـات واظهرن قدرة واضحة على الحوار فى جوانب تتعلق بالأسعـار والجشع والتعليم ، وهجرة الأزواج ، الأمر الذى يشير الى الارتفاع الملحوظ فى مستويات الوعى لديهن الذى ترتب على انخراطهن المكثف فى علاقات الاتصال مع الآخرين خارج البيت وتحملهن لهموم الأسرة نتيجـة غياب رجل الأسرة وتعرضهن لأدوات الاتصال الجماهيرى التى يصعب انكار تأثيرها فى هذا المجال.

ومع المعرفة الواسعة لهؤلاء المبحوثات بشعارات ووسائل تنظيم الأسرة والتى مصدرها التليفزيون والراديو الا انهن عبرن عن عدم اقتناعهن بما يردده التليفزيون من أن كثرة الانجـاب يضعف صحة المرأة ، أو أن كثرة الخلفـة « تجلب الفقر » واشارت غالبية المبحوثات أن « الخلفة بتاع ربنا » ولا دخل للانسان فيها » ، « وان الأولاد زينة وبهجة فى البيت » ، مما يشير الى الفجوة الواسعة بين المعرفة التى تروج لها وسائل الاعلام فى هـذا الجانب وسلوك المراة الريفية فى مجال الانجاب وتنظيم الأسرة ، مما يكشف عن انعدام فاعلية تأثير هذه الأجهزة فى هذا المجال .

على ان الجانب الأكثر بروزا فى تأثير أدوات الاتصال على مستوى الأسرة يتعلق بتأثير هذه الأدوات فى مجال تنشئة الطفل فى القرية ، وقـد تزايد هذا التأثير مع تراجع دور الأسرة فى عملية التنشئة بسبب غياب الأب فى الخارج من أجل الثروة وانهماك الأم طوال الوقت فى تدبير احتياجات الأسرة وقضاء مصالحها . ومع غياب توجيه الأسرة ورقابتها هذه ، يتعلم الاطفال صغار السن والصبية . الكثير من العادات والسلوكيات والألفاظ اللغوية ، وهى عادات وسلوكيات تميل الى النمط الحضرى على النحو الذى تروج له اجهزة الاعلام، وتبتعد كثيرا عن العادات والتقاليد الريفية الأصيلة .

واللافت للنظر فى هـذا المجال ، ان سلطة الوالدين ، أو العائل ، قد تلاشت أو كادت فى مجال التحكم فيما يشاهده او يسمعه الأبناء أو الأطفال من مضامين عبر شاشات التليفزيون أو اجهزة الراديو والتسجيل والفيديو ، حيث يمارس الأبناء ضغطا كبيرا فى هذا المجال ويتحكمون بأنفسهم فيما يتعرضون له بما فيها الشرائط الخليعة التى تسمع من خلال أجهزة التسجيل ، أو الأفلام

الخارجة التى تشاهد من خلال جهاز الفيديو وقد ساهم ويساهم كل ذلك فى نشوء جيل من أبناء القرويين ليس له علاقة بالثقافة الريفية .

وتمثل العادات الغذائيـــة والاستهلاكية مستوى آخر من مستويات تأثر الأسرة الريفيـــة بأجهزة الاتصال الحديثة ، وهنـــا تلعب الآعلانات التجارية وبرامج المرأة دور أكبر فى تحويل هذه العادات تجاه النمط الحضرى. لقد عاش الفلاح المصرى عهودا طويلة لا يعرف من المشروبات سوى شرب الشاى يشربه ويقدمه لضيوفه أما حاليا عرف « الكاكولا » ، و «البيبسى » ، « والسفن آب » وأصبحت هـــذه المشروبات هى التى تقدم للضيوف الزائرين ، ويقبل عليهـــا الأطفال أيضا أو يطالبون آبائهم بشرائها لهم . وكان الفلاح المصرى لا يأكل سوى « الفريك » والأرز فيما ندر ، واختفى « الفريك » وحل محله المكرونة « روما » و « كابرى » و (المهندس) حيث تتجه القرويات حاليا الى محلات البقالة والسوبر ماركت التى انتشرت بالقرية لطلبها وبهذه الأسماء ، وعرف الأطفال أكل «الشيبسى» و « الكاراتيه » و « بمبم » و « الشكولاته جيرس » « والآيس كريم » و « كيمو » ، و « هاواى » وغيرها من المأكولات التى لم يكن يألفها القرويون من قبل وأصبحت الآن من العادات الغذائية المألوفة وتمتلىء بها محلات القرية ، وتشكل ضغطا كبيرا على ميزانية الأسرة الريفية وموضع شكوى من أرباب الأسر . كما عرفت نساء وفتيات القرية الكثير من مستحضرات التجميل «مارياج» و « اماندا » والكثير من أنواع البرفانات ويستخدمن هذه الأشياء وبالذات فى حفلات الزواج أو المناسبات السعيدة وهى كلها عادات وسلوكيات لايستطيع أحد أن يقلل من دور التليفزيون وبالذات الاعلانات التى تسبق عروض الأفلام فى ترويجها بين القرويين .

لقد كانت ثقافة القروى تستهجن شراء الخبز من الأسواق وتعتبره عارا ومجلبا للفقر . وحينما كانت تضطره الظروف الى ذلك ، كان يتوارى من القوم ويشتريه خفية. أما حاليا ، فقد تعلم من أجهزة الاعلام وغيرها أنه رغيف أرخص سعرا أو أقل تكلفة تدعمه الدولة ، فكف عن صناعته فى بيته واتجه الى شرائه والتطاحن بالمناكب للحصول عليه ، وهو تحول ثقافى ساهمت أجهزة الاعلام بلا شك فى احداثه وهكذا لعبت أجهزة الاعلام دورا كبيرا ومؤثرا فى نشر وترويج العديد من العادات الغذائية الاستهلاكية وساعدها فى ذلك عوامل موضوعية تتصـــل بسياسات الانفتاح والهجرة ، والرواج المادى فى القرية الذى واكب تطبيق هذه السياسات .

ثالثا : التأثير على المستوى الفردى :

يصعب فى هذا المستوى قياس تأثير أدوات الاتصال وذلك بسبب تداخل عوامل ومتغيرات عديدة تحد من قدرة الباحث على رصد وتتبع حقيقة التأثيرات التى تتركها أدوات الاتصال على الأفراد فاستخدام الأفراد لهذه الأدوات يتطلب

مستوى ثقافى معين أو توافر درجة من المهارات والخبرات ، وبدون ذلك يعجز الفـرد عن استخدام أدوات الاتصال الحديثة أو الدخول طـرفا مشاركا فى عملياتها . فاذا أردنا مثـلا قياس تأثير أجهزة الاتصال على مستوى الطموح الفردى ، أو الرغبة فى الانجاز ، أو المعرفة بموضوعات معينة يصعب عزل تأثير المستوى الثقافى أو التعليمى أو ما يتوافر لدى الفرد من خبرات فى هذا المجال .

وقد دأبت العـديد من الدراسات والبحوث الاعلامية الحديث عن تأثير أجهزة الاتصـال فى رفع مستوى الطموح الفردى ، وفى تشكيـل الشخصية الحركية ، وزيادة الوعى الفردى بالحقـوق ودفع الأفـراد للمشاركة وزيادة رغبتهم فى العمل والانجاز .. الخ . واعتمدوا فى استخلاص هذه النتائج على مؤشر معدلات تعرض الفرد لأجهزة الاتصال فكلما زادت معدلات تعرض الفرد مثلا لهذه الأجهزة زادت درجة طموحه ورغبته فى الانجاز والمعرفة .. الخ . وهـو مؤشر مضلل ليس فقط بسبب أن التعرض فى حد ذاته لا يعنى الفهـم والاستيعاب أو التأثر ، ولكن أيضا بسبب أن الحد الادنى المطلوب من المستوى الثقافى والمهارى لدى الفرد للتعامل مع أجهزة الاتصال ، قد يكون هو الأكثر فاعلية وتأثيرا فى هذا المجال من مضامين أجهزة الاتصال .

لقد حدث بالفعل تحسن واضح وملموس فى مستويات وعى القرويين ومعارفهم بالحقوق وبالقضايا المحلية والقومية، وزادت قدرة العديد من الفئات على الاتصال واجراء الحوار وابداء الرأى فى المسائل المعروضة. ومن المؤكد أن هذا الانفتاح فى شخصية القرويين المعروفة بعزلتها وانغلاقها وجمودها ورفضها لتقبل المستحدثات .. الخ . قد ساهم فى احداثه متغيرات عديدة مثل انتشار التعليم والهجرة والاحتكاك المباشر بالعالم الخارجى من خلال التنقل والترحال بسبب سهولة المواصلات والانخراط فى سلك الجندية .. الخ ولكن فى نفس الوقت لا يمكن نكار اثر وسائل الاتصال فى هذا المجال على الأقل فى تدعيم معارف الأفراد تجاه القضايا الداخلية والخارجية .

وقد تأكد لدينا من خلال الحوار مع العديد من الافراد بالقرية سواء من أفراد العينة او غيرهم حول عدد من القضايا الداخلية والخارجية ، أن الجانب الأكبر منهم لديهم معلومات ومعارف حول مجلس الشعب والمجالس المحلية ، والتنظيمات الحزبيـة ، ومشكلة الديون ، وتنظيم الأسرة ، وبعقوبة الاعتداء على الأرض الزراعيـة سـواء بالتجـريف أو البنـاء ، والانتفاضـة الفلسطينيـة ، وهجرة اليهود السوفيت الى اسرائيـل ، والتصـالح بين مصر وليبيـا ، ومجلس التعـاون العربى ، مما يشـير الى الدور الواضح الذى تلعبـه أجهزة الاتصال فى تدعيم وعى الأفراد ومعارفهم بهذه الجوانب. ومع ذلك نعود لتـأكيد أن مستوى دقـة وعمق هذه المعـارف لدى هؤلاء الأفراد ، يرتبط الى حد كبير بمستويات التعليم والمهنة ، ومعدلات تنقل الفرد من داخل وخارج القرية ، ومدى كثافة اتصالاته الشخصية .. الخ فقد تدنى

مثلا مستوى المعرفة بهذه الجوانب لدى الأفراد من ذوى المستويات الثقافية الدنيا والذين لم يعملوا خارج القرية ، أو يحظوا بفرصة السفر للعمل بالخارج وبدا واضحا على هؤلاء الأفراد خوفهم وترددهم فى الحوار معنا ، رغم اقرارهم بتعرضهم لوسيلة من وسائل الاتصال سواء الراديو أو التليفزيون أو الاثنين معا

وفى المقابل تلاحظ أن بعض الأفراد أيضـــا من ذوى المستويات الثقافية الدنيا ويمتهنون العمل الزراعى ، ولكن خبروا تجربة السفر والعمل بالأردن أو العراق لمدد تتراوح بين سنتين أو ثلاث سنوات ، اظهروا درجة افضل نسبيا فى الحوار ، وفى مستوى معارفهم بالقضايا المطروحة للحوار مما يشير الى أن معارف الفرد بالقضايا القومية لا تتحدد فقط من خلال أجهزة الاعلام ولكن توجد عناصر أخرى تلعب دورها فى هذا المجال يأتى على رأسها الاتصال الشخصى والتجربة الذاتية ، والتعليم وغيرها .

بيد أن الحكم على تأثير وسائل الاتصال على الفرد قياسا على مستوى المعارف لديه حـــول القضايا القومية أو الوعى ببعض التنظيمات والأحـــداث السياسية ، قد يبدو مضللا أيضا ، ذلك أن جانبا كبيرا من هذه المعارف يأتى عبر أجهزة الاتصال من خلال البرامج الاخبارية والثقافية التى تقدمها أجهزة الاتصال وهذه النوعية من البرامج لا تتمتع بتأثير كاف لدى قطاع واسع من القرويين اما بسبب سيادة النظرة الترفيهية لدى القرويين حول هذه الأجهزة وطريقة استخدامهم لها أو توقعاتهم منها على النحو المشار اليه من قبل ، أو بسبب سطحية وشكلية المعارف التى تقدمها هـــذه البرامج على الأقل بفعل العوامل الفنية وعمليات الانتاج الجماهيرى السريع لأجهزة الاتصال . فى حين يبقى بعد ذلك التأثير البالغ والتراكمى الذى تلعبه المضامين الترفيهية والتجارية والدينية فى تحديد رؤى وتصورات الأفراد حول مختلف جوانب الحياة الاجتماعية وما تقوم عليه من علاقات وتفاعلات ، وهى الرؤى والتصورات ، التى تعـــد بمثابة مخزون معرفى ، يوجه الفرد ، بصورة عاجلة أو آجلة ، مباشرة أو غير مباشرة فى تعاملاته مع الآخرين وممارسة شئون حياته اليومية ، ورؤيته للعالم من حوله بصفة عامة .

الفصل الثامن

حصاد النتائج وتوقعات المستقبل

الفصل الثامن

حصـــاد النتائج وتوقعات المســتقبل

حاول هذا العمل بحث العلاقة بين الاتصال والثقافة المحلية والوقوف على حقيقة التغييرات الثقافيـــة التى ترتبت على دخول تكنولوجيـــا الاتصال الحديثة الى القرية المصرية.وقد اتجه العمل بداية بغية تعميق الرؤية النظرية للبحث الى استعراض ومناقشة بعض القضايا والاشكاليات النظرية المرتبطة بمفهوم الاتصال والثقافة ، حيث جرى بداية تسليط الضوء على مفهوم الاتصال وخصائصه وانماطه وكيفية دراسة عمليات الاتصال فى الواقع المحلى باستخدام فكرة النموذج ، وكذا تعميق الفهم حول مفهوم تكنولوجيا الاتصال ، وطبيعة هذه التكنولوجيا ومدلولاتها الثقافية ، وطريقة توظيفها فى المجتمعات الناميـــة والمحددات الفاعلة فى تأثير الاتصال فى هذه المجتمعات.وعلى الطرف المقابل ، جرى تسليط الضوء، على مفهوم الثقافة وابعادها وطبيعة العلاقة بين الثقافة والاتصال ، ودور الأخير فى مجال الترويج الثقافى وتركزت المناقشة فى هـــذا الجانب تحديدا على القضـــايا المتعلقة بتأثير الثقـــافات الوافده عبر تقنيات الاتصال الحديثة على الثقافة المحلية .

وانطلاقا من ذلك ، جرى تحديد اهداف البحث وتساؤلاته وقد دارت هذه التساؤلات حول المكونات الراهنة لبنية الاتصال فى القرية المصرية ، ومدى تأثير دخول اجهزة الاتصال الحديثة الى القرية على انماط الاتصال التقليدية بها، وحقيقة التأثيرات الثقافية المتبادلة بين أجهزة الاتصال الحديثة والثقافة المحلية وعلى ضوء التساؤلات والرؤية النظرية الموجهـــة للبحث والتى ترى أن فهـــم العلاقة بين الاتصـــال والثقافة المحلية لا يتسنى مع النظرة الآنية والجزئية والانهماك فى بحث تأثير وسيلة بعينها وتحديد العوامل الوسيطة التى تعوق هذا التأثير على النحو المألوف والمعتاد فى الدراسات الاعلامية حتى الآن . ولكن يمكن ان يتم من خلال النظرة المتكاملة والممتدة لعمليات الاتصال فى مجتمع القرية ، اعتمدت الدراسة المنهج الانثروبولوجى ، والمنهج المقارن واستخدمت فى ذلك الملاحظة والمقابلة المقننة والمناقشات الفردية والجماعية كأدوات لجمع البيانات الميدانية من المنطقة محل الدراسة وهى احدى القرى المصرية .

ويمكن فيما يلى بلورة اهم النتائج التى خلص اليها العمل الميدانى :

(١) حدث تطور واضح فى مكونات بنيـــة الاتصال بالقرية المصرية حيث تزايد تغلغل وانتشار ادوات الاتصـــال الحديثة ، وتعددت أنواعها ، فأصبحت تشمـــل اجهزة التليفزيون والراديو والفيـــديو والتسجيل ومكبرات الصـــوت

والتليفون . وقد ساعدت هـذه الأدوات وبالذات اجهزة الفيـديو والتسجيل ومكبرات الصـوت والتليفون على تنشيط ودعم قنوات الاتصـال الشخصى بنوعيها الرسمى والشعبى بالقرية واضعاف مركز قنوات الاتصال الجماهيرى المركزى ، كما تتمثل فى التليفزيون والراديو والصحف سواء من حيث درجـة اعتماد القرويين عليها فى تلبية احتياجاتهم الاعلامية ، وتصريف شئون حياتهم اليومية أو سلوك التعامل وكيفية استخدام هذه الاجهزة فى الوقت الراهن .

٢) مع الانتشار الواسـع لأجهزة الاتصال الجماهيرى بالقرية المصرية الا ان الصورة الذهنية لدى القرويين تجاه هذه الأجهزة فى الوقت الحالى غير ايجابية أو مواتية ، حيث تغلب الرؤية الترفيهية لهذه الأجهزة ، فالراديـو لم يعد وسيلة لمعرفة اخبار الدنيا « وانما أصبح وسيلة لسماع القرآن الكريم والأغانى ، كما أن التليفزيون وسيلة للراحة والمتعة والانبساط منخلال مشاهدة المسلسلات والأفلام ، والصحيفة لمتعد اداة للتثقيف ولكنللتسليه وشغلوقت الفراغ وتتبع اخبار المباريات والحوادث فى المقام الأول ، ويأتى تغليب هـذه الرؤى كرد فعل منجانبالقرويين لابتعاد جلمضمون هذه الأجهزه عن الاهتمام بقضايا وهموم سكان القطاع الريفى ، من ناحية ، وروتينية المضامين الاخبارية والتثقيفية التى تثيرها هذه الأجهزة من ناحية اخرى .

٣ — لا يزال الراديو يحتل مكـانة متميزة بين اجهزة الاتصال بالقرية حيث اختفت تماما نسبة عدم الاستماع اليه على الاطلاق بين المبحوثين ولم تتجاوز نسبة الاستماع اليه حسب الظروف » (٢٠٪) فى حين بلغت نسـبة الاستماع اليه بصـفة دائمة (٨٠٪) من اجمـالى افراد العينـة ، كما ان الجانب الأكبر من المبحوثين (٦٠٪) اوضح أن الراديو « ضرورى جدا » ولم تتجاوز نسبة الاستجابات التى تشير الى عـدم الاهتمـام بالراديو (٤٠٪) من اجمالى المبحوثين . ومع ذلك فان ضعف دور هذه الوسيلة الاتصالية بالقرية يكمن فى سلوك التعـامل الراهن مع الراديو ، حيث تلاشت ظاهرة التعرض الجمـاعى ومناقشـة مضمون الراديو مع الآخرين كمـا كان الحـال فى الخمسينيات والستينيات فى مقابل تعاظم ظاهرة التعرض الفردى ، كمـا ان الجانب الأكبر من المبحوثين بنسبة (٨٠٪) يستمعون الى الراديو اثناء انخراطهم فى اداء عمل ما ، وهـذا يشير الى سلوك التعرض غير الواعى او النـاقد لمضمون ما يذاع ، وهو السلوك الذى انعكس فى عـدم تفضـيل او تمييز القرويين بين المحطات الاذاعية المختلفة حيث اشـار (٦٠٪) منهم الى ان « كلمة ذى بعضه » باستثناء اوقات الأزمات والأحداث الهامة ، حيث يتزايد اقبال القرويين على الاستماع الى الاذاعات الأجنبية .

٤ — على الرغم من ارتفاع معدلات حيـازة اجهزة التليفزيون بالقرية الا ان مكانة وكثافة استخدام هذه الوسيلة الاتصالية اخذ فى التراجع حاليـا بالمقـارنة بحقبتى السبعينيات والثمانينيات ، حيث تظهر البيانات أن ما يقرب

من (٦٠٪) من المبحوثين اما انهم يتعرضون الى التليفزيون بطريق الصدفة وحسب الظروف ووقت الفراغ او لا يتعرضون اليه على الاطلاق بسبب المشغولية وضيق الوقت فى حين أن (٤٠٪) فقط من اجمالى المبحوثين بالقرية هم الذين يتعرضون يوميا وبصورة منتظمة الى التليفزيون ، كما أن مدة التعرض تميل الى الانخفاض ، حيث لاتتجاوز هذه المدة ساعة يوميا لدى الغالبية العظمى من المبحوثين فى حين لم تتعد نسبة منيتعرض للتليفزيون لمدة ساعتين او اكثر (٢٠٪) من اجمالى المبحوثين . والأهم من كل هذا وذاك ، هو ذلك التصور المتنامى لدى قطاع غير قليل من القرويين بأن الفرجة على التليفزيون «حرام» وبلغت نسبة هذا الاقرار (٣٥٪) من اجمالى المبحوثين فى مقابل (٤٥٪) اقروا بأنه حلال ولم يتمكن (٢٠٪) من ابداء الراى او اصدار حكم فى هذه القضية ، وكان ذلك مؤشرا واضحا لرواج الاستخدام الترفيهى للتليفزيون واقتصار هذا الاستخدام على مشاهدة المسلسلات والافلام والمباريات الرياضية من ناحية ، والموقف العدائى وغير الايجابى المتنامى لدى القرويين تجاه بعض ممارسات التليفزيون من ناحية اخرى .

٥ — مع التحسن الملحوظ الذى طرا على مركز الصحف بالقرية المصرية خلال حقبتى السبعينيات والثمانينيات فى اطار تزايد اعداد المتعلمين بالقرى وتحسن طرق المواصلات واتصال القرويين بالعالم الخارجى ، الا انه فى اطار خلو مضمون الصحف من الأحداث الهامة او الأمور المتعلقة بالقرويين وغلو اسعارها ، اخذ هذا المركز فى التراجع والضعف مرة أخرى ، حيث اظهرت البيانات ان درجة تعود القرويين على قراءة الجرائد لا تتجاوز (٢٠٪) من اجمالى المبحوثين القادرين على القراءة . فى حين أن هناك (٣٥٪) يتعرضون لها احيان وبالمصادفة ، كما تظهر البيانات اختفاء ظاهرة شراء القرويين لأكثر من جريدة واحدة ، وان وقت الفراغ ، وليس طبيعة المضمون ، هو العنصر الحاكم فى تحديد مدة تعرض قارىء الصحيفة لها ، فاذا ضاق وقتالفراغ قلت مدة القراءة ، او حتىأهملت تماما، وفى هذا الاطار اوضح (٥٥٪) من اجمالى المبحوثين أن الوقت المستغرق فىقراءتهم للجريدة يتوقف على الوقت المتاح (حسب الظروف) ولم تتجاوز نسبة من اقر بقراءته للجريدة لمدة ساعة او اكثر (٢٠٪) واشار بقية الأفراد (٢٥٪) أن الوقت المستغرق فى قراءتهم للجريدة يتراوح من خمس دقائق ونصف ساعة وهى معدلات لا تكفى سوى للالمام السريع بموضوعات الجريدة وبالتالى تدنى قدراتها التأثيرية .

وقد اظهرالبحثأن مركز جرائد المعارضة لا يقل سوءا عن مركز الجرائد القومية أو المجلات الاسبوعية . بيد أن هذا المركز كثيرا ما يطرا عليه بعض التحسن بين الحين والآخر وذلك فى اوقات الازمات أو وقوع الأحداث الهامة ، حيث يتزايد الاقبال على صحف المعارضة للوقوف على

وجهة النظر غير الرسمية وتتناقل مضامينها بسرعة عبر قنوات الاتصال الشخصى ، ويظل الأمر هكذا متى ظل الحدث ساخنا ، ثم يتلاشى هذا الاقبال بعودة الأمور الى سيرتها الطبيعية ، حيث يقتصر استخدام الافراد للصحف عندئذ على متابعة أخبار الرياضة أو الالمام السريع ببعض الأحداث الداخلية والخارجية ، والتعرف على برامج الاذاعة والتليفزون والوفيات دون تعرض يذكر للمقالات الافتتاحية أو مضامين الاعمدة الثابتة وغيرها مما يشير الى تدنى المهمه التثقيفية أو التوجيهية للصحف وتنامى الاستخدام الترفيهى لها شأنها فى ذلك شان أجهزة التليفزيون والراديو .

٦ — حدث تحسن ملحوظ فى مركز اجهزة التسجيل فى القرية المصرية حيث وصلت معدلات حيازه هذه الأجهزة (٥٥٪) من اجمالى المبحوثين بالقرية وان هناك (٣٥٪) من اجمالى المبحوثين يتعرضون لهذه الأجهزة بصفة دائمة ومنتظمة و (٦٠٪) احيانا فى حين لم تتجاوز نسبة من أقر بعدم تعرضه لأجهزة التسجيل (٥٪) فقط من اجمالى المبحوثين بقرية البحث . وتأتى شرائط الأغانى فى المرتبة الأولى من حيث تفضلات المبحوثين ، ويلى ذلك الشرائط الدينية وبالذات شرائط القرآن الكريم ، وفى المرتبة الثالثة ، تأتى شرائط المواويل الشعبية التى تحكى قصص ومأثورات شعبية ، واظهر البحث أن تحسن مركز اجهزة التسجيل ، وتزايد الاقبال عليها بين القرويين لم يسحب اية اعداد من جمهور الراديو ، وأن تأثيره انحصر فقط فى تقليل معدلات الاستخدام الترفيهى للراديو وتعديل حجم وتوقيت التعرض للبرامج الاذاعية .

٧ — تزايد تواجد اجهزة الفيديو بالقرية ، حيث بلغ عدد حائزو هذه الأجهزة (٣٠) فردا ينتمى معظمهم الى فئات الموظفين والمهنيين والحرفيين الذين عملوا بالخارج ، بيد أن اثر هذه الاجهزة يمتد ليشمل قطاع اوسع حيث عادة ما تأخذ مشاهدة الفيديو طابعا جماعيا ، حيث يدعى الاقارب والاصدقاء والجيران ، واظهرت المشاهدات الواقعية أن بعض حائزى هذه الاجهزة بالقرية لديهم جهاز ارسال (هوائى) يستخدم فى نقل الفيلم المعروض بالفيديو لكى تستقبله اجهزة التليفزيون فى البيوت الاخرى المجاورة ونتيجة لذلك اقر (٥٪) من اجمالى المبحوثين بأنهم يشاهدون الفيديو بصفة دائمة ، وأن (٣٥٪) احيانا ، وحسب وقت الفراغ فى حين ذكر (٦٠٪) انهم لا يشاهدون الفيديو وقدموا فى ذلك مبررات تتعلق بضيق الوقت وعدم الفراغ فى المقام الأول بما يعنى استعدادهم لمشاهدة الفيديو اذا توفر الوقت رغم ميل الكثير منهم الى تحريم مشاهدة الفيديو أو وصف رواده بالابتزال والتفاهة مما يكشف عن ازدواجية واضحة فى هذا المجال واظهر المبحوثون تفضيلا واضحا لمشاهدة الافلام الهندية وبلغت نسبة هذا التفضيل (٦٨٫٧٥٪) من اجمالى عدد الافراد الذين اقروا بمشاهدة الفيديو ، فى حين لم تتجاوز نسبة تفضيل الافلام المصرية أو الافلام الاجنبية الاخرى عن (٢٥٪) و (٦٫٢٥٪) على الترتيب ، هذا ولم يظهر

البحث اية تاثير لتزايد تواجد اجهزة الفيديو على حجم وسلوك تعرض القرويين لاجهزة التليفزيون .

٨ — راجت فى الآونة الاخيرة بالقرية اجهزة مكبرات الصوت ، وتعددت مجالات استخدام هذه الاجهزة فى الاتصال بالقرية ، حيث لا يقتصر استخدامها على رفع الاذان فى مواقيتها ونقل شعائر الصلاة وبالذات خطبة الجمعة فى المساجد ، ولكن ايضا فى اذاعة الاخبار والاحداث الهامة التى تقع فى البلد مثل الاعلان عن وفاة احد الاشخاص ، او موعد تشييع الجنازة او غياب احد الاطفال ، او فقدان بعض الاشياء ، كما تستخدم قنوات الاتصال الشخصى الرسمى بالقرية مكبرات الصوت فى اذاعة التعليمات والنصائح والارشادات التى تريد توصيلها الى اهالى القرية ، فضلا عن الاستخدام التجارى لها ، وينصت اهالى القرية الى مايذاع عبر هذه الاداة باهتمام بالغ نتيجة لارتباطه مباشرة بامور حياتهم اليومية ، مما يشير الى الدور الهام الذى اصبحت تلعبه مكبرات الصوت كاحد اعمدة مكونات بناء الاتصال فى القرية التى يمكن استخدامها بكفاءة فى احداث التغيير بالقرية .

٩ — تزايد انتشار اجهزة التليفون بالقرية ، بيد ان البيانات الواقعية تشير الى انعدام فاعلية تواجد هذه الاجهزة فى تداول المعلومات بين الافراد داخل القرية ، وقد مال المبحوثون فى استجاباتهم حول دواعى حيازتهم لجهاز التليفون الى ترديد استجابات مثل : « اهو فخرة ومنظرة » « ذى ذى غيرى » ، « قلنا أهم خمسين جنيه ونبقى من أولاد الذوات » الى غيرها من الاستجابات التى تكشف من استمرارية تدنى حاجة هؤلاء الافراد الى هذه الوسيلة الاتصالية ، واقتصار رؤيتهم لها على اعتبار انها وسيلة لاضفاء المكانة والتفاخر على حائزيها بالقرية .

١٠ — اثر دخول وانتشار اجهزة الاتصال الحديثة فى مجتمع القرية على انماط الاتصال التقليدية بها ، وتلاحظ ان هذا التاثير يميل ناحية التفرد وفك الترابط واللقاءات الجماعية ، واضعاف اتصال المشاركة بصفة عامة والتى كانت تميز هذه الانماط ، وفى هذا الاطار اختفت لقاءات «المصطبة» وتقلص دور دوار العمدة ، كاحد اهم مواقع الاتصال التقليدية بالقرية ، وكذا دور المقهى كموقع لعقد اللقاءات واجراء الاتصالات وتبادل الآراء والمعلومات ، وعلى نفس المنوال ، تقلص دور الجمعية التعاونية الزراعية وكذا الوحدة الصحية باعتبارهما مواقع لمؤسسات خدمية بالقرية كان يرتادها القروى للحصول على المعلومات فى المجالات المختلفة ، بعد ان اصبح ما لدى هذه الاماكن كجهات اتصال رسمية من معلومات يصل عبر مختلف وسائل الاتصال الجماهيرى ، او مكبرات الصوت مما خفض من اعداد رواد هذه الاماكن واقتصر التردد عليها حاليا على قضاء المصلحة

المباشرة فقط كما اختفت وظيفة « مناد القرية » بعد انتشار اجهزة مكبرات الصوت وتبين ان التغيير الجديد ، لم يكن فى صالح فاعلية العملية الاتصالية حيث ان وظيفة هذا الشخص لم تكن تقتصر فقط على اذاعة المعلومة بصوت جهورى يسمعه اهالى القرية كما تؤديه حاليا مكبرات الصوت ولكن فى اجراء حوار مع الاهالى والرد على استفساراتهم وتساؤلاتهم وهو ما لا يحدث حاليا مع الشكل الاتصالى الجديد ، مما يؤكد ما سبق ان اشرنا اليه من اتجاه تأثير تكنولوجيا الاتصال الحديثة فى القرية ناحية تنتيت اتصال المشاركة التقليدى بالقرية .

كما اثرت تكنولوجيا الاتصال الحديثة وبالذات اشرطة التسجيل على الوان مختلفة من الفلكلور الشعبى مثل المواويل الشعبية وحلقات الذكر والانشاء الدينى « الحضرة » التى كانت تقام بصورة منتظمة فى البيوت بالتبادل بين الافراد حتى اواخر الستينيات وبصورة غير منتظمة خلال حقبة السبعينيات ، واصبح من السهل حاليا الاستغناء عن طرق الغناء والرقص والمطرب الشعبى لاحياءليالى الافراح والموالد والمناسبات مع كثرة شرائط التسجيل الخاصة بهذه المناسباتو اتجاه التأثير هنا يسير ناحية القضاء على مجالات الابداع الشعبى التلقائى فى هذه الالوان من الاتصال .

ان ما احدث دخول وانتشار تكنولوجيا الاتصال الحديثة فى مجتمع القرية مجموعة من التأثيرات الثقافية الواضحة فى هذا المجتمع يمكن رصدها على ثلاثة مستويات اساسية وهى :

أ) مجتمع القرية :

اثرت تكنولوجيا الاتصال الحديثة فىالشكل المعمارى للقرية ، وكانأبرز مجالات التأثير وضوحا فى هذا الجانب ، اختفاء « المصطبة » من بيوت القرويين ، ودفع الافراد الى التفكير فى نمط بناء البيت ليأخذ الطراز الحديث حيث يستخدم الطوب الاحمر والاعمدة والاسقف الخرسانية بدلا من الشكل التقليدى المعروف حيث تقام البيوت بالطوب اللبن وترصع الاسقف بسعف النخيل . وعدم الاهتمام ببناء « المأذنة » فى المساجد القائمة حديثا ، والتى كانت تشكل احد ملامح الطراز المعمارى الاسلامى فى بناء المساجد ، وذلك نتيجة لتقلص وظيفتها بعد دخول مكبرات الصوت . ولم يظهر البحث اية تأثيرات واضحة لتواجد تكنولوجيا الاتصال الحديثة بالقرية على معدلات الانتاج وان لقضى ما يمكن اقراره فى هذا الجانب هو ان بعض القرويين ، عدلوا من مواعيد عملهم ونشاطهم اليومى ليتفق مع مواعيد بعض البرامج وبالذات مسلسلات التليفزيون او المباريات الرياضية دون تأثير واضح على حجم ومعدلات الانتاجية ونشاط العمل اليومى المعتاد . كما لم يظهر البحث اية علاقة واضحة بين تكنولوجيا الاتصال واحوال سوق العمل

التى تشهد اختلالا واضحا فى القرية ، واقتصر دور هذه التكنولوجيا على تدعيم الاتجاه للعمل فى أكثر من مهنـــة و قبول العمل فى أى « حاجة تكسب » وخلص البحث بصفة عامة فى هـــذا الجانب الى أن ظروفا موضوعية أخرى هى الأكثر تأثيرا فى الجوانب المتعلقـــة بقضايا الانتاج ، وسوق العمل ، والحراك المهنى بالقرية ، وان تأثيرات أدوات الاتصال فى هذه الجوانب تعد طفيفة للغاية وغير منظورة وتقتصر على الجانب التدعيمى لما يموج به الواقع من متغيرات مختلفة .

وكان المجال الأكثر تأثيرا بفعل دخول أدوات الاتصال الحديثة الى مجتمع القرية ، هو المتعلق ببناء القوة والنفوذ داخـــل القرية ، حيث ساهمت هـــذه الأدوات بصورة ملحوظةفىتدهور مكانة ونفوذ شخصياتهامة ظلت تلعبدورا تاريخيا فى تقرير مجريات الأمور داخل القرية . منها : العمدة ، وشيخ البلد ، وكبار الحائزين وملاك الأرض وموظفى الجمعية الزراعية وناظر المدرسة ، وامام المسجد وكبار السن والعائلات باعتبارهم من كبار قيادات الرأى والمكانة داخل القرية ، وذلك من خلال فك احتكار هذه الشخصيات للمعلومات حيث كان يشكل احتكارهم لها احـــد عناصر نفوذهم ومكانتهم بالقرية ، وبفضل أجهزة الاتصال أصبحت المعلومات متاحة لقطاع واسع من الأفراد ، ومع المعلومات تزايد وعى الأفراد ومعارفهم بأمور عديدة وأصبحوا أكثر قدرة علىالمناقشة وابداء الآراء من ذى قبل بفعل تنقلاتهم وتعرضهم المستمر لمضامين أجهزة الاتصال .

ب) مستوى الأســـرة :

تحددت أهم وأبرز تأثيرات الاتصال فى هذا المستوى فيما يلى :

١ — أثرت أجهزة الاتصال الحديثة بفاعلية فى تدعيم التحول فى بنـــاء الأسرة الريفية من الأسرة الممتدة الى الأسرة النووية . كما ساهمت فىتخفيض حجم المنازعات والخلافات التى كانت تقع سواء بين أعضاء العائلة الواحدة أو بينهم وبين الجيرانأو غيرهم من سكان القرية .

٢) ساعدت أجهزة الاتصال وبالذات الراديو والتليفزيون فى تدعيم مكانة المرأة الريفية وتعزيز دورها داخل الأسرة ، والنهوض بمسئوليتها وبالذاتفى السنوات الأخيرة ، التى شهـــدت تدهور ملحوظ فى سلطة رجـــل البيت الغائب باستمرار عن البيت بسبب الانهماك فى العمل وفى أكثر من مهنة أو بالهجرة للعمل بالخارج . وقد أظهر الحوار مع المبحوثات منأعضاء العينة انالجانب الأكبر منهن (٥٦ ٪) رغم أنهن غير متعلمات الا أن لديهن معرفة واسعة بتنظيم الأسرة وشعاراتها وأسماء الكثير من الممثلات والمذيعات ، وأظهرن قدرة واضحةعلى الحوار وابداء الرأى ، مما يشير الى الارتفاع الملحوظ فى مستويات الوعى لديهن ، ودور أجهزة الاتصال فى هذا المجال .

٣) تؤثر أجهزة الاتصال بفاعلية فى مجال تنشئة الطفل القروى وبالذات مع

تراجع دور الأسرة ، والمؤسسة التعليمية فى عملية التنشئة لما يحيط بهما من مشكلات ، واظهر البحث فى هذا المجال ، ان الأطفال صغار السن والصبية يكتسبوا الكثير من العادات السلوكية والألفاظ اللغوية تميل فى جانبها الأكبر الى النمط الحضرى وتأخذ طابعا اكثر تحررا فى العلاقات الاجتماعية وبالذات العلاقة بين الولد والبنت على النحو الذى تروج له اجهزة الاعلام ويبتعد كثيرا عن العادات والتقاليد الريفية .

٤ — لعبت اجهزة الاتصال دورا كبيرا فى مجال تحول الانماط الاستهلاكية والعادات الغذائية للأسرة الريفية وعرف الفلاح المصرى من خلال الاجهزة وبالذات اعلاناتها التجارية الكثير من المشروبات والأطعمة والمقنيات لم يكن يألفها أو معتاد عليها من قبل .

جـ (المستوى الفـــردى :

اظهر البحث فى هذا المستوى ان هناك تحسن واضح وملحوظ فى مستويات وعى القرويين ومعارفهم بالحقوق وبالقضايا المحلية والقومية ، وارتفاع قدرة العديد من الفئات فى القرية على الاتصال واجراء الحوار وابداء الراى فى المسائل المعروضة . وخلص البحث فى هذا الجانب الى ان اجهزة الاتصال ساهمت مع متغيرات اخرى هامة كالتعليم والهجرة والاحتكاك المباشر بالعالم الخارجى . الخ فى هذا الانفتاح فى شخصية القرويين .

١٢ — يتكون بنـاء الاتصال الحالى فى القرية المصرية من ثلاثة مكونات اساسية : **قنوات الاتصال الجماهيرى (المركزية والمحلية)** ومركزها بالغ الضعف والسوء ، سواء من حيث الصوره الذهنية ، او درجة اعتماد القرويين عليها فى تصريف شئون حياتهم اليومية او تلبية احتياجاتهم الاعلامية باستثناء الاحتياج الترفيهى . **وقنوات الاتصال الشخصى الرسمى** ، وقد تقلص دورها وفاعليتها بفعل متغيرات عديدة شهدتها القرية المصرية فى الحقب الأخيرة (كالتعليم والانفتاح والهجرة وادوات الاتصال) فضلا عن ان الصورة الذهنية والمكانة التى كان يحظى بها القائمون بالاتصال فى هذه القنوات لم تعد ايجابية وراسخة ، كما كان الحال من قبل . **وقنوات الاتصال الشخصى الطبيعى او المعادى بين الأفراد ،** وهذه اصبحت اكثر نشاطا وحيوية بالقرية بتحسن قدرات العديد من الأفراد على الاتصال ، بفعل التغيرات الموضوعية التى شهدتها القرية المصرية . وتتسم العلاقة بين المكونات الثلاثة بالضعف وعدم التجانس وتسير ناحية التباعد والانفصال . مما يجعل النظام الاتصالى بالقرية مترهل وعاجز وعرضة للاختراق سواء من خلال البث الأجنبى المباشر ، أو ترويج الشائعات والأقاويل والدعاية المغرضة والمثيرة للحقد والفتن من خلال قنوات الاتصال الشخصى الطبيعى التى اصبح لها السيادة فى بناء الاتصال الراهن بالقرية .

١٣ — على ضوء المعطيات السابقة وما توصل اليه هذا البحث من حقائق يمكن تصور مستقبل النظام الاتصالى فى القرية المصرية ، وفقا للسيناريوهات التاليـــــة :

أ) فى حالة استمرارية الأوضاع الراهنة ، فان الهوة بين مكونات بنيـــة الاتصال الحالية تتجه نحو المزيد من التباعد والانفصال ، مما يدفع القرويين فى اتجاه اقامة نظامهم الاتصالى الخاص والمستقل عن نظام الاتصال الرسمى بقنواته الجماهيرية والشخصية وذلك بمساعدة تكنولوجيا الاتصال الصغيرة .

ب) فى حالة ادخال بعض التحسينات على اداء قنوات الاتصال الجماهيرى بادخال تحسين على برامجها وزيادة حيز اهتمامها بالقطاع الريفى، مع استمرارية الظروف الموضوعية الراهنـــة بجوانبها الاقتصادية والاجتماعية والثقافية دون التدخل ببرنامج تنموى طموح يستهدف تغييرها الى الأفضل ولصـــالح اعادة بناء القرية المصرية ، فان النظام الاتصالى سيظل عاجزا وقاصرا عن تلبية الاحتياجات الاعلامية للقرويين كما هو الوضع القائم حاليا .

جـ) فى حالة تنفيذ برنامج تنموى متكامل وغير متحيز يتصدى فى الأساس للقضايا والمشكلات الحقيقية التى تعانى منها القرية المصرية، ويأخذ فى الاعتبار مصالح واهتمامات الغالبية المنتجة بالقرية ، واقامة نسق للاتصال الجماهيرى المحلى (صحافة ، اذاعة ، تليفزيون) يعمـــل بالتعاون والتنسيق مع قنـــوات الاتصال الشخصى فى اطار خطة التنمية المشار اليها ، فان بناء الاتصال سيعاود تماسكه وتزداد فاعليته فى احداث التغيير بالقرية المصرية بالصورة المنشودة .

قائمة المراجع

أولا : المراجع العربية :

١ — **ابراهيم امام** ، الاعلام والاتصال بالجماهير ، القاهرة ، مكتبة الانجلو المصرية ، ١٩٨١

٢ — **ابراهيم السمان** ، تعامل غير متوازن ، مجلة العربى ، مايو ، ١٩٨١

٣ — احمد **أبوزيد** ، **الاتصال** ، عالم الفكر ، العدد الثانى ، سبتمبر ، ١٩٨٠

٤ — **أحمد بدر** ، الاتصال بالجماهير بين الاعلام والدعاية والتنمية ، الكويت ، وكالة المطبوعات ، ١٩٨٢

٥ — **اريك بارنو** ، الاتصال بالجماهير ، ترجمة صلاح عز الدين وآخرون ، القاهرة ، مكتبة مصر ، ١٩٨٠

٦ — **انشراح الشال** ، مدخل فى علم الاجتماع الاعلامى ، القاهرة ، مكتبة نهضة الشرق ، ١٩٨٥

٧ — **انطوان زحلان** ، الشروط الواجب توافرها لمشاركة عربية فى التكنولوجيا المتقدمة ، ندوة التكنولوجيا المتقدمة ، منتدى الفكر العربى ، عمان ١٩٨٦

٨ — **المجلس القومى للثقافة والفنون والآداب والاعلام** ، حول الملامح العامة لاستراتيجية الثقافة ، الدورة الثالثة ، يونيو ، ١٩٨٢

٩ — **المجالس القومية المتخصصة** ، تقرير المجلس القومى للثقافة والآداب والاعلام ، الدورة السادسة ، يونيو ، ١٩٨٥

١٠ — **ساميه محمد جابر** ، الاتصال الجماهيرى والمجتمع الحديث ، الاسكندرية دار المعرفة الجامعية ، ١٩٨٤

١١ — **سعد لبيب** ، الأمن الثقافى فى مجال العمل الإذاعى ، مجلة دراسات اعلامية ، اكتوبر / نوفمبر ، ١٩٨٧

١٢ — **سمير حسين** ، بحوث الاعلام ، الاسس والمبادىء ، القاهرة ، عالم الكتب ، ١٩٧٦

١٣ — **سمير حسين** ، الاعلام والاتصال بالجماهير والراى العام ، عالم الكتب ١٩٨٤

١٤ — **سيد عويس** ، علم الاجتماع فى المجتمعات النامية بين التبعية والاستقلال فى : اشكالية العلوم الاجتماعية فى الوطن العربى ، مؤلف جماعى ، المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية ، ١٩٨٤

١٥ — **جلال أمين** ، بعض مظاهر التبعية الفكرية فى الدراسات الاجتماعية فى العالم الثالث ، ندوة اشكالية العلوم الاجتماعية فى الوطن العربى ، المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية ، ١٩٨٤

١٦ — **جلال مدبولى** ، الاجتماع الثقافى ، القاهرة ، دار الثقافة للطباعة والنشر ١٩٨٦

١٧ — **جيهان رشتى** ، الأسس العلمية لنظريات الاعلام ، القاهرة ، دار الفكر العربى ، ١٩٧٨

١٨ — **حامد عمار** ، بعض محاور الثقافة القومية ، منتدى الفكر العربى ، مارس ١٩٨٦

١٩ — **حامد ربيع** ، فلسفة الدعاية الاسرائيلية ، مركز ابحاث منظمة التحرير الفلسطينية ، بيروت ، ١٩٧٠

٢٠ — **حسن الكاشف** ، تعريف الثقافة ، دراسة ميدانية ، الحلقة الدراسية الثالثة لبحوث الاعلام فى مصر ، المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية ، مايو ، ١٩٨٣

٢١ — **حسين حمدى الطوبجى** ، التكنولوجيا والتربية، الكويت، دار القلم، ١٩٧٨

٢٢ — **حسين فوزى النجار** ، الاعلام المعاصر ، سلسلة اقرأ يناير ، ١٩٨٤

٢٣ — **حمدى قنديل** ، الأبعاد الدولية لاستخدامات الاقمار الصناعية ، منتدى الفكر العربى ، عمان ، ١٩٨٦

٢٤ — **خالد رشيد** ، الاعلام العربى واقعه وأبعاده ومستقبله ، بغداد ، دار الحرية ، ١٩٨١

٢٥ — **خليل صابات** ، وسائل الاعلام نشأتها وتطورها ، القاهرة ، مكتبة الانجلو المصرية ، ١٩٧٦

٢٦ — **ديفيد ويفر وكريستير ادغان** ، نظرة عامة على الاعلام والتنمية ، ترجمة منى الطاهر ، المنظمة العربية للتربية والعلوم والثقافة ، ١٩٨٥

٢٧ — **زيدان عبد الباقى** ، وسائل وأساليب الاتصال ، القاهرة ، دار غريب للطباعة ، ١٩٧٩

٢٨ — **شاهيناز طلعت** ، وسائل الاعلام والتنمية الاجتماعية ، القاهرة ، مكتبة الانجلو المصرية ، ١٩٨٠

٢٩ — **شون ماكبرايد وآخرون** ، تقرير اللجنة الدولية لدراسة مشكلات الاتصال الجزائر ، الشركة الوطنية للنشر والتوزيع ، ١٩٨١

٣٠ — **صلاح عبد المتعال** ، التنمية الثقافية بين اتصال المشاركة والاعلام الجماهيرى ، الحلقة الدراسية الثالثة لبحوث الاعلام ، المركز القومى للبحوث الاجتماعية واجنائية ، مايو ١٩٨٣

٣١ — **صلاح قنصوه** ، مواجهة منهجية لقضية التراث ، الحلقة الدراسية الثالثة لبحوث الاعلام فى مصر ، المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية مايو ، ١٩٨٣

٣٢ — **طلعت منصور** ، سيكلوجية الاتصال ، عالم الفكر ، المجلد الحادى عشر العددالثانى ، سبتمبر ، ١٩٨٠

٣٣ — **طه محمود طه** ، وسائل الاتصال الحديثة ، عالم الغد ، المجلد الحادى عشر ، العدد الثانى ، سبتمبر ، ١٩٨١

٣٤ — **عادل حسين** ، الاقتصاد المصرى بين الاستقلال والتبعية ، الجزء الأول والثانى ، ط ٤ ، القاهرة ، دار المستقبل العربى ، ١٩٨٢

٣٥ — **عبد الغفار رشاد** ، دراسات فى الاتصال ، القاهرة ، مكتبة نهضة الشرق ١٩٨٤

٣٦ — **عبد القادر حاتم** ، الاعلام والدعاية ، القاهرة ، الانجلو المصرية ، ١٩٧٢

٣٧ — **عبد الفتاح عبد النبى** ، دور الصحافة فى تغيير القيم الاجتماعية (رسالة دكتوراه) كلية الاعلام ، جامعة القاهرة ، ١٩٨٧

٣٨ — **عبد الفتاح عبد النبى** ، الاعلام وهجرة المصريين ، القاهرة ، مكتبة النهضة المصرية ، ١٩٨٩

٣٩ — **عبدالفتاح عبد النبى** ، سسيولوجيا الخبر الصحفى ، القاهرة ، العربى للنشر والتوزيع ، ١٩٨٩

٤٠ — **عبد الفتاح عبد النبى** ، البحوث الاعلامية فى القرية المصرية ، دراسة اعدت فى اطار بحث الاعلام ، ومستقبل القرية المصرية ، الذى يجريه المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية ، (تحت الطبع)

٤١ — **عبد الهادى سويفى** ، دور الدولة فى تنظيم نقل التكنولوجيا فى ظل الاقتصاد المختلط ، المؤتمر العلمى السنوى الثامن للاقتصاديين المصريين مايو ١٩٨٣ .

١٢ — **عبد الله الخريجى** ، الضبط الاجتماعى ، دار الشروق ، جده ، المملكة العربية السعودية ، ١٩٧٩ .

٤٣ — **عفيفى عواد** ، العالم العربى والتكنولوجيا ، مجلة الفكر العربى ، العدد ٤٥ ، السنة السابعة ، ١٩٨٧ .

٤٤ — **عواطف عبد الرحمن** ، قضايا التبعية الاعلامية والثقافية فى العالم الثالث، عالم المعرفة ، الكويت ، ١٩٨٤ .

٤٥ — **على فهمى** ، الاعلام والثقافة فى مصر ، الحلقة الدراسية الثالثة لبحوث الاعلام فى مصر ، المركز القومى للبحوث الاجتماعية الجنائية ، مايو ١٩٨٣ .

٤٦ — **فرج الكامل** ، تأثير وسائل الاتصال ، القاهرة ، دار الفكر العربى ، ١٩٨٥ .

٤٧ — **فرنسيس بال** ، وسائل الاعلام فى الدول النامية ، ترجمة حسين العودات ، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم ، ادارة الاعلام ، ١٩٨٢ .

٤٨ — فؤاد زكريا ، أراء نقدية فى مشكلات الفكر والثقافة ، الهيئة المصرية العامة للكتاب ، ١٩٧٥ .

٤٩ — **فؤاد زكريا وشاكر مصطفى** ، الثقافة العربية والاعتماد على الذات ، المعهد العربى للتخطيط ، الكويت ١٩٨٨ .

٥٠ — **فلاح سعيد جبر** ، مشاكل نقل التكنولوجيا ، المؤسسة العربية للدراسات والنشر ، بيروت ، ١٩٧٩ .

٥١ — **كمال المنوفى** ، وسائل الاعلام الصغيرة ، وحياة المصريين فى القرى ، المجلة الاجتماعية القومية ، سبتمبر ١٩٨٢ .

٥٢ — مجموعة الدراسات والبحوث التى قدمت فى اجتماع خبراء بحوث الاعلام فى الوطن العربى ، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم ، القاهرة ، ديسمبر ، ١٩٧٨ .

٥٣ — **مجلس الشورى** ، تقرير لجنة الخدمات عن موضوع نحو سياسة ثقافية للانسان المصرى ، دورة الانعقاد العادى السادس ، ديسمبر ، ١٩٨٥ .

٥٤ — **محمد أحمد خلف الله** ، الدين كركيزة للثقافة العربية ، الحلقة الدراسية الثالثة للبحوث الاعلام فى مصر ، المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية ، مايو ١٩٨٣ .

٥٥ — **محمد الجوهرى** ، الانثروبولوجيا ، ط ١ ، دار المعارف ، ١٩٨٠ .

٥٦ — **محمد عبد القادر احمد** ، دور الاعلام فى التنمية ، العراق ، منشورات وزارة الثقافة ، ١٩٨٢ .

٥٧ — **محمود عودة** ، اساليب الاتصال والتغير الاجتماعى ، القاهرة ، مكتبة سعيد رافت ، جامعة عين شمس ، ١٩٨٣ .

٥٨ — **مختـــار الصحاح** ، مكتبة مصطفى الباب الحلبى ، القاهرة ١٩٥٠

٥٩ — **منتدى الفكر العربى** ، القمر الصناعى العربى ، بين مشكلات الأرض وامكانات الفضـــاء ، عمـــان ، ١٩٨٦

٦٠ — **نادية سالم** ، الهوة بين وسائل الاتصال والثقافة الشعبية ، الحلقة الدراســـية الثالثـــة لبحوث الاعلام فى مصر ، المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية ، مايو ، ١٩٨٣

٦١ — **نادية ســـالم** ، اثر اعلانات الصـــحافة والتليفزيون على تغيير الذوق المصرى بعد سياسة الانفتاح الاقتصـــادى ، المؤتمر الدولى التاسع للاحصاء والحسابات العلمية والبحوث الاجتماعية والسكان ، المركز القومى للبحوث ، أبريل ، ١٩٨٤

٦٢ — **نجيب عيسى** ، مشكلة التكنولوجيا فى العالم الثالث ، الفكر العربى ، العدد ٤٥ ، السنة السابعة ، ١٩٨٧

٦٣ — **وليام ريفرز وآخرون** ، وسائل الاعلام فى المجتمع الحـــديث ، ترجمـــة ابراهيم امام ، دار الفكر العربى ، ١٩٧١

٦٤ — **يوسف مرزوق** ، مدخل الى علم الاتصال ، الاسكندرية ، دار المعرفة الجامعية ، ١٩٨٨

ثانيـــا : المراجع الأجنبيـــة :

1. ALAN Swinge Wood, The Myth of Mass Culture, Macmillan Press, London, 1979.
2. Ball Pokeach, S. & Defleur ,M., Adependency Model of Mass Media effect's Communication Research, 3. 1976.
3. Berelson B., & Steiner, G., Mass Communication in Human Behaviour. Aninventory of Scientific findings, New York, Harcourt Brace & Worldinc., 1964.
4. Berlo, D., The Process of Communication : an introduction to theory and Practice. Holt, Rineart and Winston, N.Y. 1960.
5. Blumler, J. & Gurrevitch, M., The Political effects of Mass Communication, in Michael Gurevitch & other (eds) Culture, Society and the Media, Methuen, London, 1986.
6. Broddock, R., Extension of the Lasswell Formula, Journal of Communication. 1958.
7. Defleur, M., Theories of Mass Communication, New York, David Mckay, 1975.
8. Deutsh, K., on Communication Models in the Social Sciences, Public opinion Quarterly. 1966.
9. Dewey, J.. Democracy and Education. an introduction to the Philossophy of Education, the Macmillan Company, N.Y., 1954.
10. Donohue, G., Tichenoer, P. & Olien, C.. Mass Media and Knowledge gap, Communication Research. 1975.
11. Elliott, P., Media organization and Occupation an Over View, in James Curran and other (eds) Mass Communication and Society, London, Edard Arnold, 1982.
12. Festinger, L., Theory of Cognitive Dissonance. stanford, Calif. Stanford University Press, 1957.
13. Fiske, J., Introduction to Communication Studies, London, Nethuen, 1982.
14. Gerbner, G.. Toward a General Model of Communication, Audio-Visual Communication Review, 1956.
13. Harik. J., Political Mobilization of Peasant Astady of an Egyptian Community, Indiana University Press, London, 1974.

16. Katz & Lazarsfeld, Personal Influence, Glencoe Free Press. 1955.

17. Klapper, J., The Effects of Mass Communication, New York, Free Press, 1960.

18. Maxweber, the Theory of Social and Economic organization, New York. Oxford University Press, 1947.

19. Neeleod and other, Another Look at the agenda setting function of the Press, Communication Research, 1974.

20. Mccombs. M., & Shaw, D., the agenda setting function of Mass Media, public opinion Quarterly, 1972.

21. Mccombs, M., & Show, D.. Structuring the unseen environment of Communication, Spring, 1976.

22. McQuail & Windahl, Communication Models, Longman, London, 1981.

23. McQuail, D., Towards Asociology of Mass Communication, London, Collier Macmillan, 1980.

24. McQuail, D., Communication, London, N.Y., 1980.

25. Pye, Lucien, Communication and Political Development Princeton, Princeton University Press, 1963.

26. Rogers, E., Communication and Development : The Passing of the Dominant Paradigm, e., Communication Research, 1970.

27. Sereno, K., & Nortensen, & Foundations of Communication Theory, N.Y., Harper & Raw, Pub., 1970.

28. Shannon C., & Weaver, W., the Mathematical Theory of Communication, Urbana University of Illinois Press, 1964.

29. Sorokin, Pitirin Society, Culture and Peronality, Harper & Brothers, N.Y., 1947.

30. Schramm W., Men Messages and Media. N.Y., Harpers & Raw Publishers, 1973.

المحتـــويات

الموضـــوع	الصـــفحة
مقـــــدمة	٥
الفصـــل الأول : الاتصال (المفهوم والعملية)	٩
أولا : مفهوم الاتصـــال	١١
ثانيا : أنمـــاط الاتصـــال وعملياته	١٩
الفصـــل الثانى : دراسة عملية الاتصال	٢٩
مقـــــدمة	٢٥
أولا : دراسةعملية الاتصال (رؤى اجنبية)	٣٢
ثانيا : دراسة عملية الاتصـــال (رؤية محلية)	٥٧
الفصـــل الثالث : تكنولوجيا الاتصـــال (الماهية والتوظيف)	٦٩
أولا : مفهوم تكنولوجيا الاتصال	٦٩
ثانيا : خصائص تكنولوجيا الاتصال	٨١
ثالثا : تكنولوجيا الاتصال (كمنتج ثقافى)	٨٣
رابعا : توظيف تكنولوجيا الاتصال فى الدول النامية	٨٨
الفصـــل الرابع : تكنولوجيا الاتصال (التـــأثير والفاعلية)	٩٩
مقـــــدمة	١٠٦
أولا : تطور بحوث التأثير الاعلامى	١٠٤
ثانيا : المداخل النظرية فى بحوث التأثير	١١١
ثالثا : المحددات الفاعلة فى تأثير أدوات الاتصال	١٢٥
الفصل الخامس : الاتصال والثقافة (أبعاد العلاقة)	١٢٩
أولا : مفهوم الثقـــافة	١٢٩
ثانيا : العلاقة بين الاتصال والثقافة	١٣٤
ثالثا : الاتصال والانتشار الثقافى (البث المباشر)	١٤٠

الموضـــــوع	الصـــفحة
الفصل السادس : حول اجراءات العمل الميـــدانى	١٥٧
أولا : اهداف الدراسة الميدانيـــة	١٥٩
ثانيا : تساؤلات الدراسة الميدانية	١٥٩
ثالثا : الرؤية النظرية ومستويات التحليل	١٦٠
رابعا : المجال الجغرافى (منطقة البحث وخصائصها) .	١٦٤
خامسا : أدوات العمل الميدانى (وعينة البحث) . .	١٦٧
الفصـــل السابع : الاتصال والثقافة (المعطيات الميدانية)	١٧١
أولا : مكونات بنية الاتصال بالقرية	١٧٣
ثانيا : التأثيرات الثقافية لأدوات الاتصـــال	٢٠٤
الفصـــل الثامن : حصاد النتائج وتوقعات المستقبل	٢٢١
قائمة المراجع	
أولا : المراجع العربيـــة	٢٣١
ثانيا : المراجع الأجنبيـــة	٢٣٦

رقم الايداع ٧٩٤٧ / ١٩٩٠

ترقيم دولى ٩٠ — ١٠ — ٥٠٤٠ — ٩٧٧

المطبعـــة التجـــارية الحديثـــة
٢٢ شارع ادريس راغب — الظاهر
تليفون ٩٠٣٣٦٤ القاهرة